

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ISABELE DE SOUZA CARVALHO

A COMUNICAÇÃO COM O TURISTA SURDO: PREPARO DOS PROFISSIONAIS
DA HOTELARIA EM CURITIBA – PR EM LIBRAS:
UMA QUESTÃO DE ACESSIBILIDADE

MATINHOS

2019

ISABELE DE SOUZA CARVALHO

A COMUNICAÇÃO COM O TURISTA SURDO: PREPARO DOS PROFISSIONAIS
DA HOTELARIA EM CURITIBA – PR EM LIBRAS:
UMA QUESTÃO DE ACESSIBILIDADE

Trabalho apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de
Turismo do Setor Litoral - Universidade Federal do
Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim


MATINHOS

2019

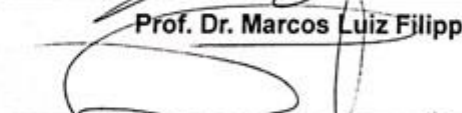
ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos vinte e sete dias do mês novembro de 2019, às 9:30 horas na sala 22A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelos professores **Marcelo Chemin** e **Ringo Bez de Jesus** sob a presidência do professor **Marcos Luiz Filippim** para a avaliação do Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria da estudante **ISABELE DE SOUZA CARVALHO** sob o título: “**A COMUNICAÇÃO COM O TURISTA SURDO: PREPARO DOS PROFISSIONAIS DA HOTELARIA EM CURITIBA – PR EM LIBRAS: UMA QUESTÃO DE ACESSIBILIDADE**”. Após a apresentação do trabalho, a banca examinadora reuniu-se e decidiu pela sua APROVAÇÃO (aprovação/reprovação). A estudante deverá efetuar as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em arquivo em PDF contendo a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT, para a Assessoria da Câmara.

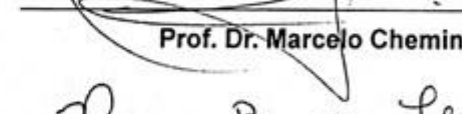
Matinhos, 27 de novembro de 2019.



Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim



Prof. Dr. Marcelo Chemin



Prof. Ms. Ringo Bez de Jesus



Isabele de Souza Carvalho

Ao meus pais que me deram todo o seu amor e apoio durante toda a trajetória, me ensinando a lição de vida mais linda de todas: “*Nunca desista dos seus sonhos*”.

AGRADECIMENTOS

A minha família, meu alicerce, que me apoiou incansavelmente todos os dias da minha vida, fazendo com que este momento fosse tão especial.

Ao meu orientador, Marcos Luiz Filippim, que com toda paciência e dedicação abraçou a ideia deste projeto comigo, fazendo do mesmo uma realidade.

Ao Intérprete Ringo Bez de Jesus por ter sido um apoio fundamental neste trabalho, pela disposição e comprometimento.

Aos professores e professoras do curso de Gestão de Turismo, por todo o ensinamento desta jornada.

Aos amigos que fiz durante o curso, por todas as risadas, as viagens, as conquistas e as parcerias nos infinitos trabalhos. Enfim, por toda a força e certeza que não estava sozinha. Em especial aos membros da Qualiquipe: Christopher Smith Bignardi Neves, Erika de Souza Castro e Valéria Faias.

“Não evoluo, viajo. Não viajo, sonho. ”

Fernando Pessoa

RESUMO

O setor do turismo e seus segmentos constitui uma das áreas em maior expansão no mundo, sendo necessária a capacitação dos profissionais que nela atuam para atender todo tipo de cliente e suas especificidades. Nesse cenário, entendendo a pessoa surda como público de interesse, a comunicação impõe-se como uma importante ferramenta para a propagação da acessibilidade, utilizando para este fim, a Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS. O objetivo deste estudo foi analisar a necessidade do preparo dos profissionais para o atendimento em LIBRAS à pessoa surda, no contexto dos meios de hospedagem, mais especificamente, na hotelaria. Tratou-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, de caráter exploratório. Tal pesquisa se deu em três fases distintas: pesquisa bibliográfica, coleta de dados e análise e discussão dos resultados. A pesquisa compreendeu o período de janeiro/2018 a outubro/2019 no município de Curitiba-PR. Os participantes foram compostos de dois grupos distintos: pessoas surdas que tiveram experiências turísticas e responderam um questionário *online* e profissionais do ramo hoteleiro que foram entrevistados. Concluiu-se que há pouca ou quase nenhuma capacitação dos profissionais do ramo hoteleiro para o uso de Libras no atendimento ao turista surdo constatação que ficou evidenciada nas experiências do público estudado. Os resultados sugerem que a capacitação tem elevada importância para o setor do turismo de forma a oferecer um serviço diferenciado, garantindo direitos à acessibilidade e visando tornar a experimentação turística da pessoa surda em uma vivência completa e mais proveitosa.

Palavras-chave: Turismo; Meios de Hospedagem; Capacitação Profissional; Pessoa Surda; Comunicação; Acessibilidade.

ABSTRACT

The tourism sector and its segments is one of the fastest growing areas in the world, requiring the training of professionals who work in it to serve all types of clients and their specificities. In this scenario, understanding the deaf person as a public of interest, communication imposes itself as an important tool for the propagation of accessibility, using for this purpose the Brazilian Sign Language - LIBRAS. The objective of this study was to analyze the need for the preparation of professionals for the care in LIBRAS to deaf people, in the context of the means of accommodation, more specifically, in the hotel industry. It was a qualitative and quantitative exploratory research. This research took place in three distinct phases: bibliographic research, data collection and analysis and discussion of results. The research comprised the period from January / 2018 to October / 2019 in the city of Curitiba-PR. Participants were composed of two distinct groups: deaf people who had tourist experiences and answered an online questionnaire and hotel professionals who were interviewed. It was concluded that there is little or no training of hotel professionals to use Libras to assist the deaf tourist, which was evidenced in the experiences of the studied public. The results suggest that training is of high importance to the tourism sector in order to offer a differentiated service, guaranteeing accessibility rights and aiming to make the deaf person's tourist experience a fuller and more profitable experience.

Keywords: Tourism. Lodging Media. Deaf person. Professional Training. Communication. Accessibility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1 – LEGISLAÇÕES DE INTERESSE A PESSOA SURDA.....	24
FIGURA 1 – ALFABETO DA LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS.....	28
FIGURA 2 - QUESTIONÁRIO INTERPRETADO EM LIBRAS PARA OS TURISTAS SURDOS EM VIDEO.....	33
GRÁFICO 1 – IDADE GRUPO 1.....	34
GRÁFICO 2 – GÊNERO GRUPO 1	35
GRÁFICO 3 – SEVERIDADE DA DEFICIÊNCIA AUDITIVA.....	36
GRÁFICO 4 – HABILIDADE COM A LÍNGUA PORTUGUESA ESCRITA.....	36
GRÁFICO 5 – FREQUÊNCIA DE VIAGEM.....	38
GRÁFICO 6 – MEIOS DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADOS.....	38
GRÁFICO 7 – COSTUME DE VIAGEM.....	39
GRÁFICO 8 – ATENDIMENTO DA RECEPÇÃO NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	39
GRÁFICO 9 – OUTROS ATENDIMENTOS DENTRO DO MEIO DE HOSPEDAGEM.....	40
GRÁFICO 10 – CLASSIFICAÇÃO DO ATENDIMENTO EM LIBRAS.....	40
GRÁFICO 11 – NECESSIDADE DE ESTAR ACOMPANHADO PARA A INTERPRETAÇÃO.....	41
GRÁFICO 12 – NECESSIDADE DE ATENDIMENTO EM LIBRAS NO MEIO DE HOSPEDAGEM.....	41
GRÁFICO 13 – INFLUÊNCIA DO ATENDIMENTO EM LIBRAS NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA.....	42
GRÁFICO 14 – VOLTARIA AO MEIO DE HOSPEDAGEM COM ATENDIMENTO EM LIBRAS.....	42
GRÁFICO 15 – VIAJOU PARA O MUNICÍPIO DE CURITIBA.....	43
GRÁFICO 16 – MEIO DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADO.....	43
GRÁFICO 17 – CLASSIFICAÇÃO DO ATENDIMENTO HOTELEIRO EM CURITIBA.....	44
GRÁFICO 18 – O ATENDIMENTO HOTELEIRO EM CURITIBA REALIZADO EM LIBRAS.....	44

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	JUSTIFICATIVA	12
1.2	OBJETIVOS	12
1.2.1	Objetivo Geral	12
1.2.2	Objetivos Específicos	13
2	REVISÃO DE LITERATURA	14
2.1	TURISMO E COMUNICAÇÃO	14
2.2	TURISMO E ACESSIBILIDADE	16
2.3	MEIOS DE HOSPEDAGEM E A CAPACITAÇÃO DO PROFISSIONAL NO ATENDIMENTO À PESSOA SURDA	20
2.3.1	O Atendimento a Pessoa Surda	22
2.3.2	O uso da Língua de Sinais	25
3	METODOLOGIA	29
3.1	DESENVOLVIMENTO DO QUESTIONÁRIO EM VÍDEO	32
4	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	34
4.1	PERFIL DOS ENTREVISTADOS	34
4.1.1	Perfil dos entrevistados do GRUPO 1 – Turistas Surdos	34
4.1.2	Perfil dos entrevistados do GRUPO 2 – Profissionais da Hotelaria	36
4.2	CARACTERIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS	37
4.2.1	Aspectos relacionados as experiências turísticas – GRUPO 1	37
4.2.2	Aspectos relacionados à acessibilidade na hotelaria – GRUPO 2	44
5	DISCUSSÃO DE RESULTADOS	49
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
	REFERÊNCIAS	59
	APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AO PÚBLICO SURDO	63
	APÊNDICE 2 - ROTEIRO DE ENTREVISTAS HOTÉIS	68
	APÊNDICE 3 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	70

1 INTRODUÇÃO

No desenvolvimento de sua história, o turismo vem se desenrolando de forma a atingir a população com um todo, visando interesses econômicos e mercadológicos, transformando-se cada vez mais em uma área mais ampla (ALMEIDA, 2006). Além disso, fica claro que, o turismo é inequivocadamente, a atividade de maior crescimento no setor serviços da atualidade (SILVA, 2013).

Ampliando este olhar, destaca-se também que é constante o surgimento de outros formatos para o fazer turístico, visando atender demandas específicas, estimulando a segmentação do turismo a criar produtos e serviços especializados, incluindo aqui as demandas que advêm da necessidade de respeitar princípios como acessibilidade, inclusão e outros (SILVA; KUSHANO; ÁVILA, 2008). Nesse sentido, “[...] falar de turismo inclusivo leva a algumas reflexões que passam pela compreensão de uma série de mudanças que vêm caracterizando as sociedades contemporâneas” (LAGES; MARTINS, 2006, p.2).

Com isso o setor turístico vem demandando uma gama de serviços voltados para esta área, tendo isto em mente, pensar turismo é, também, pensar em comunicação. Então, pode-se dizer que os processos comunicacionais se apresentam como basilares para o ser e o fazer turísticos (BALDISSERA, 2010).

Importante pensar que a comunicação é inerente à formação e à manutenção de grupos sociais e aprimorou-se desde o momento em que o ser humano passou a viver em sociedade, em função da família ou das relações de trabalho (MENEGHEL; TOMAZZONI, 2012).

A palavra comunicação tem um sentido abrangente, podendo ser definida como: “todos os meios pelos quais informações, ideias e atitudes fluem em direção a pessoas, grupos, nações e gerações” (SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2010).

Já a comunicação turística abarca toda comunicação que, de alguma maneira se refere ao turismo, compreendendo a fala autorizada e também a comunicação que se realiza na cotidianidade, no acontecer. (SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2010). Entende-se como comunicação turística todo o processo de construção e disputa de sentidos no campo das relações de turismo (BALDISSERA, 2008).

Neste cenário, sabe-se que existem turistas que demandam de serviços especializados, um exemplo são as pessoas com necessidades especiais. O Brasil é principiante quando se trata do assunto da inclusão de pessoas com algum tipo de deficiência ou necessidade especial, quanto mais no turismo (OLIVEIRA, 2008).

Desta forma, entendemos que a economia está baseada na comunicação, sendo aquela, ciência que estuda a produção e o mercado, e as relações produtivas e comerciais. Relações estas que somente serão alcançadas se houver comunicação efetiva entre fornecedores e clientes, e em razão disso, entender que o desenvolvimento de um setor, como o turismo, está diretamente ligado à forma como este se comunica com os demais (MENEGHEL; TOMAZZONI, 2012).

Destarte, a ideia de “turístico” constrói-se no (re)fazer a rede de significados, em ações de comunicação e que conforme criam espaços de escuta com a comunidade, tendem a aumentar os processos comunicacionais e os níveis de comprometimento neste contexto (BALDISSERA, 2010).

E ainda para Aldrigui (2007), na área do turismo, os meios de hospedagem se caracterizam como uma importante engrenagem para o funcionamento da máquina que movimenta o setor, já que sem ele o turista não teria onde se hospedar e isso refletiria em todos os componentes da área, além do mais, os meios de hospedagem contam com uma grande expressividade econômica para o setor.

Dentro deste pensar, os grupos populacionais, quando vão usufruir do produto turístico, e neste contexto, os meios de hospedagem, se deparam com condições de acessibilidade não condizentes com o modelo adequado, e nesses grupos está incluída a pessoa surda (RIBEIRO, 2011).

Cabe aqui ressaltar que, conforme divulgação do Portal Brasil (2018), publicada em 2016, existem mais de 9,7 milhões de pessoas com deficiência auditiva no País. Desses, 2.147.366 milhões apresenta deficiência auditiva severa, situação em que há uma perda entre 70 e 90 decibéis (dB). Cerca de um milhão desses são pessoas jovens com até 19 anos.

Castro Júnior (2011) afirma que verdadeiramente, a presença da surdez resulta em uma condição de estar no mundo e não uma doença. Os surdos organizam-se politicamente, convivem com ouvintes e com outros surdos, produzindo uma cultura surda.

Assim sendo, defende-se que a sociedade deve buscar acompanhar as

mudanças de atitudes e formas de viver o mundo, e que, de maneira mais aberta e acessível, utilizando de ferramentas importantes como a comunicação, permita a todos vivenciar as experiências desejadas, respeitando-se as especificidades de cada pessoa ou grupo, e neste pensar, incluímos a pessoa surda como turista, que procura vivenciar sua experiência turística, buscando a oferta de produtos e atendimentos direcionados para as suas necessidades.

1.1 JUSTIFICATIVA

Isto posto, considerando a comunicação como chave para transmitir aquilo que se pretende e ferramenta indispensável para o fazer turístico e a garantia de acessibilidade, levantou-se a necessidade de entender as formas de comunicação aplicadas ao ramo do turismo e a pessoa surda, bem como de identificar o preparo dos profissionais atuantes na rede hoteleira para o atendimento a este público distinto, que por vezes busca um atendimento que contemple suas necessidades, garantido o direito à acessibilidade, visando ampliar os estudos acerca do tema para que se possa beneficiar além da academia, os turistas surdos e os profissionais do turismo, mais especificamente, os que atuam na hotelaria.

Surgindo então o seguinte questionamento: Considerando os meios de hospedagem, e neste contexto a rede hoteleira do município de Curitiba – PR, qual é o preparo dos profissionais para o atendimento a pessoas surdas?

1.2 OBJETIVOS

A pesquisa apresentada visou alcançar os seguintes objetivos:

1.2.1 Objetivo Geral

Descrever a forma como turistas surdos avaliam suas experiências de viagem e avaliar o atendimento dirigido a esse público por profissionais da rede hoteleira em Curitiba, Paraná (Brasil).

1.2.2 Objetivos Específicos

Discutir a existência de capacitação dos profissionais de uma rede hoteleira presente em Curitiba - PR para a comunicação com o turista surdo.

Caracterizar o primeiro atendimento na rede hoteleira ao turista surdo e os efeitos causados na sua experiência turística.

Demonstrar a capacitação dos profissionais da rede hoteleira no atendimento à pessoa surda com a utilização de LIBRAS, como garantia de acessibilidade.

Portanto, pretendeu-se discutir a necessidade de tal temática visando preencher uma lacuna no que se refere à participação da sociedade como um todo, incluindo aqui o meio acadêmico, nas discussões que versam sobre acessibilidade e inclusão no turismo.

O presente trabalho foi organizado em capítulos, a saber: Introdução, Revisão de Literatura, Metodologia, Apresentação dos Resultados, Discussão dos Resultados, Considerações Finais, Referências e Apêndice.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Entendemos que o desenvolvimento de projetos de pesquisa e intervenções atuais, tem permitido o olhar dos pesquisadores para um panorama geral que vise ações no campo do turismo e acessibilidade.

Para embasar esta pesquisa, foi realizada uma revisão teórico-conceitual, tendo como eixos norteadores Turismo, Comunicação, Pessoa Surda, Acessibilidade, Meios de Hospedagem e Capacitação Profissional. Tais temáticas foram explicitadas de forma mais detalhada a seguir.

2.1 TURISMO E COMUNICAÇÃO

O conceito de comunicação tem sentido abrangente, incluindo “todos os meios pelos quais informações, ideias e atitudes fluem em direção a pessoas, grupos, nações e gerações” (ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO, 2010, p.9).

Com a comunicação, foi possível moldar todas as estruturas das organizações, é por meio dessa que se possibilita construir diferentes estratégias, dentro de diversas perspectivas e públicos distintos, que resultem na ação da qualidade dentro dos produtos e/ou serviços oferecidos (MARCELINO, 2013).

A autora Baldissera (2010) afirma que a comunicação não consiste apenas em transmitir as informações, comunicar significa passar representações simbólicas que compreendam e digam algo.

Segundo Baldissera (2010), “pensar em turismo, é também pensar em comunicação”, nessa reflexão observamos que as comunicações se tornam fundamentais em todos os processos que compõem o turismo.

Beni (1990, p.62) descreve turismo como “A soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência não residente, na medida em que não leva a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória”.

Para a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial de Turismo (OMT), o turismo é a atividade do viajante que visita uma localidade fora de seu entorno habitual, por período inferior a um ano, e com propósito principal diferente do exercício de atividade remunerada no local visitado (TEMPO DE GESTÃO, 2015).

A própria classificação de turista, quando utilizada para denominar alguém de uma localidade, infere em um sujeito que está fora do mundo, perdido e confuso (SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2010).

Para explicitar tipos ou perfis de turista em uma perspectiva comportamental, Ignara (2003), propôs a seguinte classificação:

Existenciais – Buscam a paz espiritual pela quebra de sua rotina.

Experimentais – Buscam conhecer e experimentar modos de vidas diferentes dos seus.

Diversiónários – Procuram recreação e lazer organizados, de preferência em grandes grupos.

Recreacionais – Buscam entretenimento e relaxamento para recuperação de suas forças físicas e mentais.

Sendo assim, Turismo também pode ser entendido como um fenômeno comunicacional, de forma que a relação de oferta e consumo seja construída. Então se tem a comunicação como principal instrumento de relacionamento para os atores do turismo e os setores que ofertam a experiência turística, isso permite que seja possível que os mesmos presenciem uma troca de valores, experiências e hábitos (MARUJO, 2011).

A mesma autora defende que, a comunicação no turismo é um fenômeno complexo, devido à diversidade da oferta turística e nas diferentes tipologias em que os turistas se apresentam. Essa complexidade é corroborada por Wichels (2014, p.29):

Entendemos a comunicação em turismo como um processo complexo, onnipresente, bidirecional, simétrico e absolutamente necessário para criar, manter ou corrigir a imagem de um destino, empresa ou marca, fidelizar turistas, despertar o interesse, influenciar o processo de escolha e manter viva a recordação das experiências vividas de forma a provocar a recomendação e a volta.

Nesse contexto, toda organização envolvendo turistas deve oferecer lugares preparados estruturalmente, o que inclui locais para acolhimento, oferta de produtos, possibilidades de contemplação e promoção, com ações de animação com segurança (SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2010).

Dessa forma, segundo Wichels (2014, p. 29), o significado de comunicação em turismo não se restringe apenas à propaganda do destino, mas também a diversos processos que levam o turista até o local e as consequentes interações no destino.

Dentro desta perspectiva é necessário o entendimento que segundo Marcelino (2013, p.36): “É a partir da comunicação, seja ela oral, escrita ou gestual, que é possível exercer a liberdade de expressão, bem como garantir outros direitos assegurados a todos”.

Sendo que, ao abordarmos a comunicação fica intrínseco à constituição e ao reparo de grupos sociais. Além disso, a mesma possibilita conhecimento, a mudança da realidade, com base na cooperação para realizar os objetivos dos indivíduos de uma comunidade ou região (MENEGHEL; TOMAZZONI, 2012).

Complementando ainda que a comunicação no setor turístico é um dos fundamentos dos direitos humanos e da cidadania. Isso nos remete o turismo como meio de inclusão é um grande fomentador da participação de todos nas atividades e com o objetivo de permitir a equidade (DUARTE et.al, 2015).

Neste contexto está o mercado turístico que tem o poder de permitir a interação com novos lugares, culturas, gastronomias entre outros, mas ainda assim, com limites entre as pessoas com alguma dificuldade e suas atividades, assim como a pessoa surda, sendo neste caso necessário também, discutir acessibilidade.

2.2 TURISMO E ACESSIBILIDADE

O termo acessibilidade tem sido utilizado para definir a abrangência das regras e da adoção de políticas para a realização de obras civis, dirigidas para as engenharias e arquitetura (SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2010). Outra definição encontrada foi:

Condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de **comunicação e informação**, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (Grifo nosso) (BRASIL, 2006, p.10).

No entanto, acessibilidade também pode ser entendida como uma qualidade, uma facilidade que desejamos ver e ter em todos os contextos e aspectos da atividade humana (SASSAKI, 2009).

Já o turismo tem a capacidade de mobilizar outros setores da economia, fazer com que, por exemplo, bares, restaurantes, entre outros, se adequem às suas particularidades (SILVA, 2013).

Então, turismo e acessibilidade necessitam andar juntos, já que o turismo é um direito de todos. Mas, há que se destacar que, como colocam os autores Domingues e Carvalho (2013, p.2) “nem todos têm as mesmas capacidades, sejam elas motoras, cognitivas como atenção, percepção, memória e linguagem ou sensoriais como a visão e a audição”.

Destacamos que na história das sociedades, ao longo dos tempos, não raras vezes, se considerou as pessoas com alguma variável de deficiência como incapazes de estarem em meio aos outros, sem potencialidades e possibilidades de participação produtiva na sociedade. Os termos utilizados para se referir as pessoas com deficiência estão diretamente ligados àqueles grupos detentores do poder, repassando a visão da sociedade, desconsiderando para tanto, a realidade e a visão dos mesmos. Dessa forma, o significado da palavra deficiência se dá pela incapacidade, levando então à afirmação não só de estereótipos como também de incompreensão (ALMEIDA; KUSHANO, 2008).

A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (2018) define pessoa com deficiência da seguinte forma:

“Considera-se pessoa com deficiência aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas ”

Os debates sobre a acessibilidade estão cada vez mais comuns, além de campanhas que ajudam a divulgar a importância da inclusão destas pessoas na sociedade no dia a dia, assegurando que mesmo com suas limitações são capazes de agir em diversas áreas (ANDRADE; ALVES, 2011).

Pensando assim, o enfoque social no setor do turismo vem ganhando cada vez mais espaço no mundo todo, de forma com que possa dar para pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida acesso à experiência turística (BRASIL, 2006).

Neste olhar, temos o turismo inclusivo como importante ferramenta para diminuir as desigualdades sociais, pois suas atividades permitem educação, lazer e cultura. Sendo um meio para que as pessoas com necessidades especiais possam delas participar, além disso, possibilitam respeito às diferenças e necessidades de

cada indivíduo (LAGES; MARTINS, 2006).

Em uma pesquisa realizada por Duarte et.al (2015), foram entrevistados responsáveis pelo Trade Turístico privado no Brasil, dentre eles um representante da rede hoteleira, e como resultado das falas identificou-se que o atendimento no turismo as pessoas com deficiência é muito precário no Brasil, que práticas e leis sobre o assunto são pouco conhecidas e muito menos aplicadas, e ainda apontam que os estereótipos da sociedade dificultam ainda mais a inserção desta população específica.

Ou seja, é necessária a ação de um turismo mais inclusivo, assim como os significados das palavras: Inclusão (inserir, abranger, introduzir, integrar) social (toda a sociedade), a característica desse turismo é integrar fazer com que aquele que está experienciando o ser turístico sinta-se parte de um todo (OLIVEIRA, 2008).

Essa preocupação com o integrar tem realizado mudanças no turismo. Nesse sentido observamos modificações nos equipamentos em espaços que proporcionem acessibilidade, por meio também de alterações nas características dos produtos, equipamentos e serviços, com o objetivo de torná-los mais acessíveis (DOMINGUES; CARVALHO, 2013).

Para tanto, no turismo estão surgindo termos como: “Turismo para todos”, “turismo inclusivo” ou ainda “turismo acessível”, sendo importante entender o significado da palavra todos, de forma com que inclua as pessoas de acordo com sua realidade (DOMINGUES; CARVALHO, 2013).

Então o turismo inclusivo também pode ser entendido como uma importante ferramenta para diminuir as desigualdades sociais, pois suas atividades permitem educação, lazer e cultura, sendo um meio para que as pessoas com deficiências possam participar, permitindo também, respeito às diferenças e necessidades de cada indivíduo (LAGES; MARTINS, 2006).

Ao adentrarmos ainda mais na perspectiva do turismo acessível e os serviços oferecidos, entende-se que um atendimento adequado é fundamental para satisfazer as expectativas dos turistas, retomando a idéia de que acessível, significa tornar os ambientes e seus aspectos operacionais viáveis para a necessidade de cada grupo de forma com que cumpra ou supere as expectativas (BRASIL, 2009).

Considerando para tanto que o turismo inclusivo envolve também outras necessidades como: atendimento qualificado, investimentos na capacitação de

profissionais da área, bem como adaptações de projetos arquitetônicos, com vistas a obter espaços inclusivos (LAGES; MARTINS, 2006).

Complementando esse entendimento defendido por Marcelino (2013), que a acessibilidade pode se apresentar de variadas formas, não apenas relacionada às partes estruturais, mas abrangendo várias áreas, incluindo a comunicação. No turismo, todas as formas de acessibilidades devem estar afirmadas em todos os lugares, garantindo os direitos por lei, possibilitando assim a transição física ou virtual de qualquer pessoa, sejam elas com ou sem deficiência.

Tais formas podem ser representadas quando não há barreiras atitudinais que podem ser entendidas como Tavares (2013): expressivas situações no atendimento à pessoas com deficiência onde não se percebe que as atitudes carregam sentimentos discriminatórios. E ainda, acontece quando se exclui ou se faz uma restrição a uma pessoa por acreditarmos que ela é deficiente, incapaz ou inválida, dificultando assim o acesso a acessibilidade.

Além da acessibilidade estar intrínseca na ação como deveres e direitos dos cidadãos, essa deve incluir permear princípios como o da empatia, princípio esse tão necessário nos dias atuais (ALMEIDA; KUSHANO, 2008).

Assim sendo, pesquisas e discussões com relação às temáticas relacionadas ao Turismo, à Acessibilidade e à Pessoa Surda, ainda são pouco frequentes, bem como, o desenvolvimento de ações que visem este público pela sociedade (ALMEIDA, 2006).

O turismo, como qualquer outro setor da sociedade, precisa também adequar-se às necessidades de um expressivo número de clientes com algum tipo de especificidade ou deficiência, a fim de que todos tenham assistidos os seus direitos ao lazer e à qualidade de vida (SOARES et al., 2013).

Neste pensar, o turismo inclusivo envolve comportamentos como: atendimento qualificado, investimentos em capacitação de profissionais, bem como adaptações de projetos arquitetônicos, visando obter espaços também inclusivos (LAGES; MARTINS, 2006).

2.3 MEIOS DE HOSPEDAGEM E A CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO ATENDIMENTO À PESSOA SURDA

O avanço da sociedade devido ao deslocamento e de se relacionar com os outros, tanto para comércio, quanto para outras questões, traz consigo inerentemente a ação que dá origem ao meio de hospedagem (RIBEIRO, 2011).

Ribeiro (2011, p. 27) define meios de hospedagem como “conjunto de empresas destinadas a prover acomodação em condições de segurança, higiene e satisfação às pessoas que buscam por esses serviços, seja por períodos curtos ou até em longas temporadas”.

O Decreto Federal, nº 5.406, de 30 de março de 2005 define meios de hospedagem como “Estabelecimento que possuem licença de funcionamento para prestar serviços de hospedagem expedida por autoridade competente, serviços estes que ofertem alojamento temporário para hóspedes, através da adesão de contrato de hospedagem” (BRASIL, 2005).

Já a classificação oficial dos meios de hospedagem no Brasil é regida pela Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002, que instituiu o Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem, tendo como objetivo ser um instrumento para a promoção do desenvolvimento, classificação e categorização dos meios de hospedagem no território nacional.

Há uma grande diversidade de opções de meios de hospedagem, essas tentam satisfazer e atender as necessidades da demanda de cada tipo de cliente, seguindo assim a segmentação do mercado turístico. Dessa forma, a categorização dos meios de hospedagem se apresenta como uma ferramenta fundamental para a padronização dos produtos e serviços hoteleiros, facilitando a sua fiscalização e manutenção da qualidade (RIBEIRO, 2011).

Então, um dos pilares da hospedagem está na essência do servir por meio de um atendimento adequado e os profissionais que estão à frente desse serviço carecem de conhecer e desenvolver habilidades que cumpram esse objetivo. O profissional dessa área deve buscar sempre melhorar seu atendimento e dentre as diversas ferramentas que pode lançar mão, está ser comunicativo (RIBEIRO, 2011).

O ato de receber bem o hóspede faz com que esse, além de querer voltar ao local mais de uma vez, também recomende ou fale bem do estabelecimento para

outras pessoas, por isso é importante a boa orientação e acompanhamento (RIBEIRO, 2011).

Aldrigui (2007, p. 15) coloca outro fator para levarmos em consideração no setor do turismo, aqui incluso os meios de hospedagem, é a expectativa que o turista cria para ir ao destino, já que o mesmo não pode testar o produto ou serviço antes da primeira visita e assim ter uma opinião sobre.

Camisão (2006), também discorre sobre o assunto defendendo que a qualidade do serviço prestado no turismo sofre com seu avanço ao passo que as exigências desses serviços aumentam, isso inclui as dificuldades e expectativas dos clientes, levando assim à necessidade de aumento das competências dos profissionais que os atendem (CAMISÃO, 2006).

Nesse sentido, cabe também considerar que o turismo tem a capacidade de mobilizar outros setores da economia, fazendo com que, por exemplo, bares, restaurantes, entre outros, se adequem às suas particularidades (SILVA, 2013).

Por isso é importante que o atendimento seja realizado da melhor maneira possível, fazendo com que o hóspede se sinta bem recebido. A residualidade intrínseca é um desafio para todos os profissionais envolvidos, pois se uma experiência não foi satisfatória, não possível apenas para trocá-la, assim se torna indispensável que os profissionais da área estejam em constante treinamento. Dessa forma, permitir o aprimoramento com a busca constante no melhoramento desses momentos faz a diferença na qualidade de atendimento (ALDRIGUI, 2007).

Ao abordarmos o meio de hospedagem diretamente, se tem a mesma preocupação, e isso se reflete na capacitação dos profissionais que ali atuam, faz-se necessário que todos estejam preparados para as situações advindas, desde a entrada do hóspede na recepção, até os outros atendimentos (ALDRIGUI, 2007).

A Cartilha Vermelha (2009) do Ministério do Turismo, traz entre os vários tópicos abordados, a necessidade do profissional em receber uma adequada qualificação para um atendimento especializado, no que tange às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida (BRASIL, 2009).

Como postula Oliveira (2008, p. 93) trazendo essa também como ação fundamental para se incluir: “é necessário capacitar profissionais do turismo que irão realizar os atendimentos, os agentes, comerciantes, hoteleiros, recepcionistas e outros, pois a eles compete a maior tarefa de hospitalidade e de inserção aos atrativos

turísticos”.

Dessa forma, se destaca também a necessidade da capacitação dos profissionais da área em habilidades como: maior capacidade de raciocínio, autonomia, pensamento crítico, espírito empreendedor e iniciativa, além da capacidade de antever cenários e resolver dificuldades (FORNARI, 2006).

É necessário entender que os benefícios que vem com a capacitação do profissional agem de maneira positiva, assim sendo, um quesito fundamental para a qualidade do produto ofertado (FORNARI, 2006).

Então, ao discutirmos capacitação de profissionais, mantendo o olhar no turismo e o atendimento a pessoas com necessidades específicas e dentro deste contexto a pessoa surda, entendemos como Zajadacz (2014, p.437) que: para que haja uma preparação adequada da oferta turística, considerando as necessidades dos surdos é fundamental a quebra das barreiras, sendo que, a língua de sinais e/ou a percepção visual podem e ser utilizadas, devendo ser consideradas na dinâmica do turismo. Nesta perspectiva é importante que o profissional esteja apto a atender esse público para que isso reflita numa experiência turística agradável.

Sendo assim, a demanda em investimentos e qualificação em acessibilidade nas mais diversas esferas está cada vez maior, e neste contexto está incluso o setor do turismo, que deve estar apto por meio de programas, eventos e adaptações dos serviços objetivando atender pessoas com necessidades específicas (SILVA, 2013), como é o caso da pessoa surda e neste contexto, os meios de hospedagem.

2.3.1 O Atendimento a Pessoa Surda

Antigamente pessoas com deficiência auditiva, eram nominadas como incapazes de conviver em comunidade (ANDRADE; ALVES, 2011) e esse pré-conceito ainda perdura em algumas sociedades nos dias atuais. Neste pensar Skiliar (2013, p.12), aponta que pessoas surdas são frequentemente conotadas com “supostos traços de negatividade, mostrados como um desvio de normalidade ou até mesmo parte de certa diversidade”.

Mais especificamente no Brasil, os surdos só começaram a ter acesso à educação durante o governo de Dom Pedro II, que criou no Rio de Janeiro, em 1857, a primeira escola de educação de meninos surdos (PORTAL BRASIL, 2018).

Neste processo histórico, a inclusão da comunidade surda com o tempo buscou desmistificar o significado atribuído às mesmas, entendendo assim a pessoa surda como parte integrante dos processos comunicacionais (ANDRADE; ALVES, 2011).

Skliar (2013) destaca que essa comunidade compõe um complexo de relações e interligações sociais, distintas das outras comunidades onde existe a possibilidade da comunicação oral, assim sendo, as pessoas surdas necessitam da língua de sinais e das experiências visuais para realizarem uma comunicação satisfatória com outras pessoas.

Dentre todos os desafios que esta comunidade enfrentou e ainda enfrenta nos dias atuais, tem-se a acessibilidade linguística como uma das preocupações centrais para os surdos, pois esta parte da população continua a enfrentar obstáculos para realizar atividades cotidianas e um dos principais problemas é a falta de intérpretes (PORTAL BRASIL, 2018).

Além disso, a pesquisa revelou que os surdos frequentemente buscam mais informações por meio on-line quando se trata da organização das viagens, eles também levam em consideração as opiniões de familiares e amigos, indicando que eles procuraram informações em agências de viagens, guias de viagem ou informações turísticas com menos frequência. Vários dos entrevistados também fizeram a menção de busca das informações turísticas de outras fontes, incluindo igreja ou escola.

Entretanto, quando um turista surdo não consegue acesso à comunicação durante sua viagem, isso compromete sua interação, sua acessibilidade com a localidade, suas atividades que englobam o enriquecimento cultural e proteção do local que o turismo tem a oferecer (ANDRADE; ALVES, 2011). Isso contrapõe os direitos de acessibilidade que devem ser assegurados para todos.

Importante destacar que garantir a acessibilidade reflete no benefício não só de grupos específicos, mas de todos que praticam a inclusão e respeitam as diferenças físicas, perceptivas e comunicacionais intrínsecas ao ser humano (MARCELINO, 2013).

Como parte deste princípio no QUADRO 1, foram compiladas algumas legislações que direta ou indiretamente visam defender os princípios que permeiam a acessibilidade:

QUADRO 1 – LEGISLAÇÕES DE INTERESSE A PESSOA SURDA

LEI Nº 7.853, DE 24 DE OUTUBRO DE 1989	Dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa com necessidade especial e as normas de proteção.
DECLARAÇÃO MUNDIAL DE EDUCAÇÃO PARA TODOS E DECLARAÇÃO DE SALAMANCA (BRASIL, 1994)	"As políticas educacionais deverão levar em conta as diferenças individuais e as diversas situações. Deve ser levada em consideração, por exemplo, a importância da língua de sinais como meio de comunicação para os surdos, e ser assegurado a todos os surdos acesso ao ensino da língua de sinais de país. "
LEI Nº 10.098, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2000	Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências.
LEI Nº 10.436 DE 24 DE ABRIL DE 2002	Dispõe sobre LIBRAS e dá outras providências.
PROJETO DE RESOLUÇÃO Nº 040/2003	Dispõe sobre a tradução simultânea em LIBRAS na programação da TV Assembleia e dá outras providências.
PORTARIA Nº3.284 DE 7 DE NOVEMBRO DE 2003	Dispõe sobre requisitos de acessibilidade de pessoas com deficiências, para instruir os processos de autorização e reconhecimento de cursos, e de credenciamento de instituições.
LEI Nº 4.304 DE 07 DE ABRIL DE 2004	Dispõe sobre a utilização de recursos visuais, destinados as pessoas com deficiência auditiva, na veiculação de propaganda oficial.
DECRETO LEI 5296 DE 02 DE DEZEMBRO DE 2004	Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade.
DECRETO 5.626 DE 22 DE DEZEMBRO DE 2005 (REGULAMENTA A LEI 10.436/02)	Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000.
LEI Nº12.319 DE 1º DE SETEMBRO DE 2010	Regulamenta a profissão de Tradutor e Intérprete da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS).
LEI Nº 18419 DE 07 DE JANEIRO DE 2015	Institui o Estatuto da Pessoa com Deficiência do Estado do Paraná, destinado a estabelecer orientações normativas que objetivam assegurar, promover e proteger o exercício pleno e em condições de equidade de todos os direitos humanos e fundamentais das pessoas com deficiência, incluindo as neurofibromatoses, visando à sua inclusão social e cidadania plena, efetiva e participativa.

FONTE: Organizado pela autora (2019).

Cabe ressaltar aqui que, para além das leis regulamentadoras, é dever de toda organização que envolve turistas com deficiência ou não, oferecer lugares preparados estruturalmente, abrangendo locais para acolhimento, oferta de produtos, possibilidades de contemplação e promoção, assim como ações de animação e segurança (SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2010).

E ainda, a dificuldade do alcance da acessibilidade, no caso da pessoa surda, foco da presente pesquisa, pode se apresentar no âmbito comunicacional, dentro da utilização da linguagem escrita, verbal ou virtual e desse modo, não alcançar todas as pessoas. Essas barreiras, podem se apresentar também na língua de sinais e a linguagem corporal (MARCELINO, 2013), criando com isso, barreiras no fazer turístico da pessoa surda.

2.3.2 O uso da Língua de Sinais

A comunicação é uma ferramenta importante para diversas áreas, sendo que para o turismo, se destaca para além da mediação de mensagens, signos, símbolos ou ícones, permitindo o acesso a outras culturas. Como já apresentado, este instrumento, a comunicação, se caracteriza como uma necessidade para a sobrevivência das interações de uma sociedade (MARUJO, 2011).

Para Honora e Fricanzo (2009, p.16) as Línguas de sinais se caracterizam como:

Naturais, pois surgiram do convívio entre as pessoas. Elas podem ser comparadas à complexidade e à expressividade das línguas orais, pois pode ser passado qualquer conceito, concreto ou abstrato, emocional ou racional, complexo ou simples por meio delas. Trata-se de línguas organizadas e não simples junção de gestos. Por este motivo, por terem regras e serem totalmente estruturadas são chamadas de línguas.

A língua de sinais é um artefato cultural carregado de significação social sendo assim uma das especificidades mais importantes da manifestação e produção da cultura surda. Desta forma, o uso de sinais pelos surdos ultrapassa os objetivos de uma simples comunicação, constituindo-se no meio pelo qual se expressam as subjetividades e as identidades desses indivíduos (CASTRO JUNIOR, 2011). E ainda, o conhecimento da língua materna para esta comunidade é de suma importância, já que através dela, a sua cultura é passada para sociedade (ANDRADE; ALVES, 2011).

Para os Surdos, o sistema simbólico utilizado está baseado nas línguas de

sinais, que se utiliza da visão e do espaço para estabelecer intercâmbios sociais, de forma diferente para os ouvintes que utilizam os canais oral e auditivo (CASTRO JÚNIOR, 2011).

Ressaltamos que, mesmo sendo reconhecida como uma população minoritária, a comunidade surda tem cultura e identidade própria, bem como, uma língua materna - LIBRAS. A transmissão, portanto, de informações para as comunidades surda, por meio de diversos canais, deve ser de fácil acesso e de forma satisfatória, pois tal ação garante essa difusão por meio da comunicação (ALMEIDA, 2006).

Apesar da língua oral e a língua de sinais usarem canais distintos de transmissão e recepção da mensagem, não faz com que elas sejam opostas, independentemente da modalidade pela qual se expressa ou se percebe (SKILIAR, 2013).

A diferença entre a língua de sinais e a língua oral se apresenta no meio o campo gesto-visual e também pelo antagonismo quanto às regras constitutivas. Mesmo assim, a língua de sinais deve ser respeitada como língua, pois assume a mesma função da língua oral, resultado na comunicação (DIZEU; CAPORALI, 2005).

As línguas de sinais, assim como as demais línguas, possuem mecanismos morfológicos, sintáticos e semânticos, mas é a partir da utilização dos meios como o visual-espacial e oral-auditivo que elas acabam se diferenciando das línguas orais (HONORA; FRIZANCO, 2009).

Da mesma forma que outras línguas, a de sinais apresenta variações linguísticas, no sentido de que cada região possui modificações no léxico. Esta modalidade linguística é tão complexa e significativa quanto as outras línguas (CASTRO JÚNIOR, 2011).

Sendo assim, a língua de sinais não é universal, cada país possui seu tipo específico de sinais, por exemplo: no Brasil utiliza-se LIBRAS, em Portugal LGP - Língua Gestual Portuguesa, em Angola predomina a LAS - Língua Angolana de Sinais (ANDRADE; ALVES, 2011). E ainda, Skiliar (2013, p.23) nos revela que “sabe-se que a Língua de Sinais Americana (ASL) é a terceira língua de maior uso dentro dos Estados Unidos”.

Hespanhol (2013) defende que podemos observar que o uso de uma língua de sinais não está ligado à língua oral majoritária daquele lugar. Como o caso do Brasil e Portugal, que apesar de terem a mesma língua oral - com diferenças dialetais, têm

línguas de sinais completamente diferentes, a Libras e a LGP, respectivamente. Cada língua de sinais é um reflexo da cultura e da história de seus usuários.

Sendo assim, a língua de sinais deve ser considerada como cultural, como o são as línguas orais, seja no contexto das línguas naturais, das línguas estrangeiras ou como expressões culturais e linguísticas (CASTRO JUNIOR, 2011).

A linguística da língua de sinais, tem ainda intrínseca ao seu significado conceitos estereotipados, mesmo essa estando presente há séculos no mundo (SKILIAR, 2013).

Mas dentro da língua de sinais, há muito mais que apenas um alfabeto manual, ela possui maneiras diversas de ser transmitida, como exemplo das expressões faciais, que fazem toda a diferença na constituição da frase ou da mensagem a ser repassada, além disso, cada palavra tem seu próprio sinal e sua lógica, sempre dependendo do contexto em que está inserida (CASTRO JÚNIOR, 2011).

Entendemos como colocado em BRASIL (2009) que LIBRAS é muito mais que uma alternativa de comunicação para os surdos brasileiros, é um direito conquistado por esta comunidade, tendo uma forma própria para se comunicar. É dessa maneira, a qual, os profissionais não somente, mas principalmente neste contexto, da área do turismo, devem compreender a importância da dimensão que se tem por trás dessa comunicação.

No Brasil, a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) foi sancionada pela Lei nº. 10.436/2002 e regulamentada pelo Decreto nº. 5.626/2005, que também regulamenta o artigo 18 da Lei nº.10.098/2000, na qual, inclui a Libras como disciplina curricular em cursos de licenciatura e no curso de magistério, de nível médio e superior, sendo esta língua principal forma de comunicação e expressão utilizada pelas pessoas surdas (BRASIL, 2006). Tal alfabeto encontra-se apresentado no QUADRO 2.

Essa língua além de ser admitida na área da linguística, um fator de suma importância, estando também preparada para ser encaixada e reconhecida pelas formas de comunicação (ALMEIDA, 2006).

FIGURA 1 – ALFABETO DA LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS



FONTE: Planeta Pequeno Príncipe (2019).

3 METODOLOGIA

Este estudo tratou-se de uma composição de pesquisa qualitativa e quantitativa, com levantamento bibliográfico de caráter exploratório que, segundo Gil (2008, p.27) tem como principal objetivo oportunizar uma ampla visão das questões gerais do problema em temas não muito investigados, permitindo com isso o desenvolvimento, esclarecimento e modificação de conceitos e ideias. O autor ainda defende que pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de permitir a visão geral do tipo aproximativo em relação a determinado fato, sendo que essas constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla.

Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. Para este estudo entendemos como Prodanov e Freitas (2012, p. 71) que a abordagem quantitativa também se faz presente nesse estudo, pois as duas estão interligadas e se complementam, considerando que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las.

Para tanto, o presente trabalho se desenvolveu em três fases distintas, a saber: pesquisa bibliográfica, coleta dos dados, análise e discussão dos resultados. As mesmas encontram-se descritas a seguir.

A primeira fase compreendeu uma pesquisa bibliográfica com ênfase na temática do turismo, pessoa surda, acessibilidade, meios de hospedagem e a capacitação dos profissionais. Esta fase foi realizada por intermédio do material disponível em arquivos da biblioteca da UFPR e de material disponível na Internet, o que permitiu embasar e direcionar as próximas fases.

Na segunda fase houve a coleta de dados com dois grupos distintos, denominados aqui de – GRUPO 1 (compostos de turistas surdos) e GRUPO 2 (composto de profissionais do meio hoteleiro). A coleta foi realizada por meio de dois instrumentos de pesquisa distintos (APÊNDICES 01 e 02) que visavam os participantes dos grupos 1 e 2 respectivamente, aplicados por meio entrevista virtual para o Grupo 1 e de um questionário presencial semiestruturado no caso do Grupo 2. A construção e aplicação dos instrumentos de pesquisa, por meio das entrevistas, compreendeu o período de junho a setembro de 2019.

O primeiro instrumento foi aplicado em formato de vídeo traduzido em Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS), considerando para tanto o público alvo ser composto de pessoas surdas. A tradução em LIBRAS foi realizada por Ringo Bez de Jesus – Colaborador desta pesquisa e servidor atuante do quadro da UFPR no cargo de Intérprete de LIBRAS. Para o preenchimento das respostas foi utilizada a Escala de Likert, a qual mensura de 1 a 5 o grau de concordância de um grupo de pessoas (GIL, 2008). O referido questionário encontra-se disponibilizado no link: <https://forms.gle/MHmaAuLJ3NxVNYAf9>.

Destaca-se que o método de entrevista permite o contato com as realidades vividas pelos atores sociais, sendo uma forma de interação, onde uma das partes se apresenta como fonte de informação (GIL, 2008), o que permitiu o desenvolvimento do presente estudo.

Visando manter a qualidade da pesquisa, o primeiro instrumento foi previamente validado com três participantes surdos que foram convidados por intermédio do Intérprete colaborador. No pré-teste os participantes responderam simultaneamente o questionário na presença da pesquisadora, dessa forma, possibilitaram que a mesma, em tempo real, presenciasse as dificuldades encontradas durante as respostas de forma a melhorar a aplicabilidade do instrumento, facilitando a dinâmica das respostas.

Uma das dificuldades identificadas durante o pré-teste foi que manter as perguntas em apenas uma página, uma seguida da outra, dificultava o processo. Para isso, a solução encontrada foi colocar as perguntas separadamente, ou seja, após assistir um vídeo introdutório explicativo o participante selecionava abaixo a opção que melhor convinha e após clicar um botão, seguia para a próxima questão, numa sequência de 19 páginas.

O método aqui exemplificado fez com que tempo médio de 32 minutos para resposta no primeiro pré-teste caíssem para em média 10 minutos, o que entendemos, facilitou com que o questionário fosse respondido, pois ficou mais dinâmico e de fácil compreensão e será melhor explicitado na sequência.

A divulgação do primeiro instrumento foi realizada por meio das redes sociais em grupos conhecidos de pessoas surdas, como também pelo Intérprete colaborador, que além de ser o tradutor dos questionários em LIBRAS para os vídeos utilizados como instrumento das entrevistas, também ajudou a divulgá-lo em sua rede social.

Tal instrumento ficou disponível por 30 dias na plataforma gratuita do *Google Forms*, no período de 15 de agosto a 15 de setembro de 2019.

Composto de 18 perguntas, o questionário aplicado foi organizado de maneira com que ficasse dinâmico para os respondentes. As perguntas eram primeiramente apresentadas no vídeo traduzidas em sinais por intermédio de LIBRAS e na sequência encontravam-se descritas no idioma português, facilitando para usuário escolher a opção das respostas. Os vídeos com a tradução em LIBRAS se deram pelo fato de entendermos que os surdos teriam uma maior facilidade e interesse em responder, do que se apenas um questionário escrito em português.

Além disso, de acordo com a literatura consultada, o uso da LIBRAS não se restringe apenas a uma tradução, mas permite uma inserção no universo cultural do respondente surdo. Assim, as informações coletadas tendem a apresentar maior qualidade, vez que podem captar nuances e especificidades dos sujeitos da pesquisa.

Para o referido instrumento utilizamos como critério de inclusão pessoas surdas que faziam parte de comunidades e aceitaram responder a pesquisa, como critério de exclusão, ficou definido não ter declarado nenhuma experiência turística que envolvesse algum meio de hospedagem.

Com relação ao instrumento do Grupo 2 (APÊNDICE 2) este foi construído considerando as perguntas do instrumento do Grupo 1, utilizando como base perguntas afins, porém direcionadas para os empreendimentos hoteleiros de Curitiba (PR). Os hotéis campo da pesquisa foram selecionados por meio da plataforma *online Booking*, sendo essa, uma das maiores empresas de e-commerce de viagens do mundo, realizando mais de 1.550.000 reservas diárias, com mais de 17.000 funcionários em 198 escritórios em 70 países pelo mundo (BOOKING, 2019).

Dentro desta ferramenta, por meio dos filtros utilizados “Acessibilidade” e “Recursos visuais e táteis” foi possível selecionar “dois hotéis que foram identificados por letras (A e B), que segundo o site, ofereciam serviços visando a acessibilidade.

A aplicação do segundo instrumento se deu após contato prévio com os hotéis selecionados por intermédio da visita da pesquisadora e posteriormente agendamento das entrevistas propriamente ditas. A realização das entrevistas baseada no instrumento 2 (APÊNDICE 2) se deu no dia 20 de setembro de 2019, pessoalmente nos hotéis escolhidos, com os representantes indicados. Estas foram registradas com gravação por meio de áudio, após autorização dos mesmos. As falas foram transcritas

posteriormente com o editor de texto “*Word*”. A fim de preservar a identidade dos entrevistados, estes foram nomeados com cores: roxo, azul e verde, e fragmentos de suas falas encontram-se apresentadas no capítulo Apresentação dos Resultados.

Na terceira fase foi realizada a análise dos dados obtidos com as entrevistas e conseqüentemente a discussão dos resultados. Tal fase encontra-se descrita a seguir.

3.1 DESENVOLVIMENTO DO QUESTIONÁRIO EM VÍDEO

Para a segunda fase entendeu-se a necessidade de desenvolver um instrumento que fosse mais acessível ao público de interesse. Para tanto, foi solicitada a colaboração do Interpretador da UFPR/LITORAL Ringo Bens de Jesus. Ringo é formado em Estudos da Tradução, e faz parte do quadro funcional da UFPR litoral desde 2009.

Após os primeiros contatos, onde foram definidas as perguntas, demos início aos trabalhos no dia 07 de agosto de 2019. A gravação dos vídeos foi realizada nas dependências da Seção de Políticas Afirmativas, Assuntos Estudantis e Comunitários (SEPOL) – localizada na rua Jaguaraíva, 512, Caiobá, Matinhos/PR, este setor faz parte da UFPR em Matinhos. A sequência de vídeos seguiu a ordem das perguntas do questionário. A introdução foi gravada com a participação da autora da pesquisa no saguão de entrada da UFPR litoral, os vídeos que se seguiram foram gravados em um estúdio improvisado montado nas dependências do SEPOL.

A dinâmica dos vídeos se deu na leitura da pergunta simultaneamente em que era gravada e interpretada, após a gravação dos 19 vídeos, esses foram editados com o auxílio do programa *Movie Maker* do pacote *Office* do *Windows*, que foram ao término da edição postados no *Youtube*, pois para colocá-los dentro do questionário *Google Forms* foi necessária primeiramente realizar essa ação.

Na sequência foram convidados pelo próprio intérprete, três alunos surdos da instituição em questão, a realização do pré-teste também ocorreu dentro das dependências do SEPOL, com auxílio de três *notebooks*. Sendo assim, foi possível observar os questionários sendo respondidos simultaneamente, facilitando evidenciar as dificuldades encontradas por cada participante no momento da participação. Após,

foi feita uma conversa com os envolvidos no intuito de entender melhor a opinião de cada participante sobre o questionário.

Tal ação facilitou a reformulação do questionário, dessa forma, todos os vídeos foram colocados com suas respectivas perguntas e respostas em apenas uma página, tornando mais dinâmica a participação. Por fim, divulgou-se o questionário nas redes sociais como *facebook*, em grupos de pessoas surdas de todo o Brasil, bem como, em nas redes de relacionamentos do intérprete.

FIGURA 2 – QUESTIONÁRIO INTERPRETADO EM LIBRAS PARA OS TURISTAS SURDOS EM VIDEO

Pesquisa sobre a perspectiva do turista surdo quanto ao atendimento em meios de hospedagem

Esta pesquisa busca coletar dados para sustentar o Trabalho de Conclusão de Curso acerca da perspectiva do turista surdo sobre atendimento em meios de hospedagem e está sendo realizada por estudante do curso de Gestão de Turismo, do Setor Litoral da Universidade Federal do Paraná, com o objetivo de responder ao seguinte questionamento:

Como se caracteriza o preparo dos profissionais da área do Turismo no Brasil para o atendimento a pessoas surdas?


As informações coletadas serão confidenciais e utilizadas apenas para fins acadêmicos. Caso tenha alguma dúvida referente ao questionário ou a pesquisa que está sendo realizada, pode entrar em contato com a estudante Isabele Carvalho, por meio do Telefone (41) 99653-3696 ou e-mail: souzabele28@gmail.com

Agradecemos pela gentileza e disponibilidade para participar da pesquisa.


Pesquisa sobre a perspectiva do turista surdo quanto ao atendimento em meios de hospedagem

*Obrigatório

Questão 1



Apresentação



Qual sua idade? *

☐ A) 18-24

☐ B) 25-39

☐ C) 40-59

☐ D) Mais de 60 anos

FONTE: A autora (2019).

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, de caráter mais descritivo, os resultados serão apresentados de forma mais sucinta, uma vez que a discussão de seu significado se dará no Capítulo 5 do presente trabalho.

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

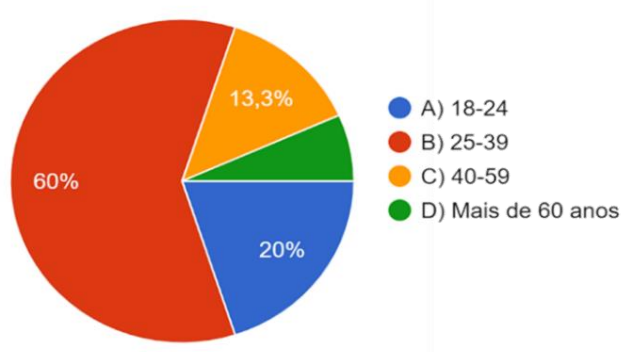
Para compreendermos o perfil dos entrevistados do GRUPO 1 (turistas surdos), direcionamos perguntas relacionadas à idade, gênero, grau de deficiência auditiva e ao grau de conhecimento da Língua Portuguesa.

No perfil dos entrevistados do GRUPO 2 (profissionais da área da hotelaria), foram escolhidos como itens importantes para a presente pesquisa, questionamentos como grau de escolarização, experiência no ramo e tempo de atuação na área, bem como conhecimento em LIBRAS.

4.1.1 Perfil dos entrevistados do GRUPO 1 – Turistas Surdos

Ao analisarmos o primeiro questionamento sobre a idade dos participantes desse grupo, observamos que do total de 15 entrevistados, 60% (09) possuía entre os 25-39 anos, 20% (03) entre 18-24 anos, 13,3% (02) entre 40-59 anos e 6,7% (01) com mais de 60 anos.

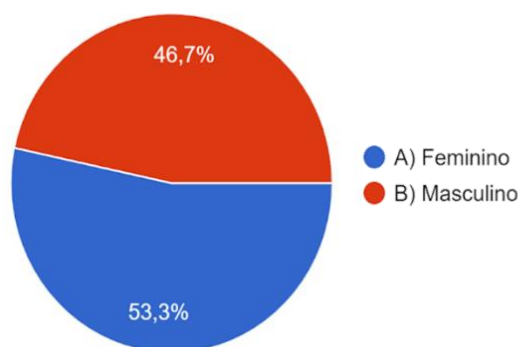
GRÁFICO 1 - IDADE GRUPO 1



FONTE: A autora (2019).

No segundo questionamento a pergunta se referiu ao gênero declarado pelos participantes. O resultado mostrou que 53,3% (08) declarou pertencer ao gênero feminino e 46,7% (07) o gênero masculino.

GRÁFICO 2 – GÊNERO GRUPO 1



FONTE: A autora (2019).

O terceiro gráfico correspondeu à classificação do grau ou condição da deficiência auditiva, adotou-se para a presente pesquisa o modelo proposto por Davis e Silverman (1966, p. 27) que caracteriza os graus de severidade da deficiência auditiva, separando estes como:

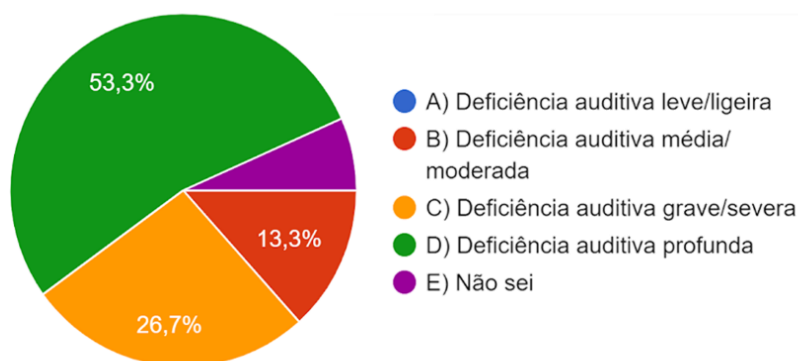
Deficiência Auditiva Leve – Limiares entre 25 a 40 dB nível de audição.

Deficiência Auditiva Moderada – Limiares entre 41 e 70 dB nível de audição.

Deficiência Auditiva Severa – Limiares entre 71 e 90 dB nível de audição.

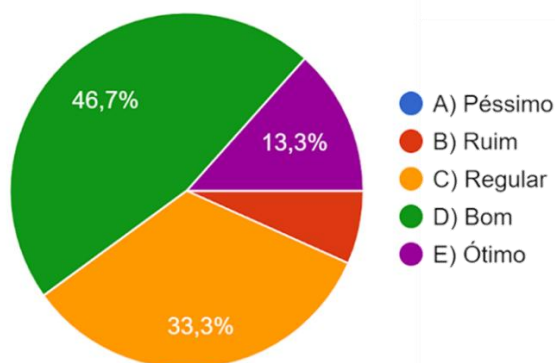
Deficiência Auditiva Profunda – Limiares acima de 90 dB.

Assim obtivemos que grande parte dos surdos entrevistados 93,3% (14) sabem identificar o grau da sua deficiência auditiva, sendo que destes respondentes: 53,3% (08) possuem deficiência auditiva profunda, 26,7% (04) deficiência auditiva grave/severa, 13,3% (02) deficiência auditiva média/moderada e 6,7% (01) não souberam definir.

GRÁFICO 3 - SEVERIDADE DA DEFICIÊNCIA AUDITIVA.

FONTE: A autora (2019).

Ao indagarmos os respondentes sobre sua habilidade com a língua portuguesa escrita como mostra o gráfico 4, identificou-se que 46,7% (07) considerou ter uma boa habilidade, 33,3% (05) habilidade regular, 13,3% (02) ótima e 6,7% (01) considerou sua habilidade ruim. A opção “Péssimo” não teve respondentes.

GRÁFICO 4 - HABILIDADE COM A LÍNGUA PORTUGUESA ESCRITA.

FONTE: A autora (2019).

4.1.2 Perfil dos Entrevistados GRUPO 2 – Profissionais da Hotelaria

Quanto ao grau de escolaridade dos entrevistados pertencentes ao Grupo 2, todos possuem ensino superior completo, dos quais, um destes com curso superior dentro da área do turismo.

Todos os entrevistados têm significativo tempo experiência na área do turismo, sendo que um destes trabalha há mais de 18 anos dentro da área de hotelaria.

Os cargos levantados dos entrevistados foram de três áreas diferentes dentro do complexo hoteleiro, a saber: Gerente Geral, Recepção e Reservas.

Cabe aqui destacar que todos os entrevistados tiveram ou têm experiência no cargo de recepcionista. Todos os participantes são do sexo masculino e trabalham dentro da mesma rede hoteleira, porém em bandeiras distintas¹

4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

A seguir, apresentamos os dados levantados por meio dos questionários e entrevistas, aplicadas aos participantes surdos e aos profissionais da hotelaria, GRUPO 1 e GRUPO 2, respectivamente.

Para o Grupo 1, composto na sua totalidade por 15 entrevistados, entendidos nesta pesquisa como turistas surdos, foi aplicado um questionário virtual contendo 18 perguntas traduzidas em LIBRAS. Além de perguntas direcionadas às experiências turísticas do grupo, o questionário abordava questões como idade, gênero, grau de surdez e conhecimento da Língua Portuguesa. O roteiro norteador das perguntas encontra-se descrito no APÊNDICE 1.

Para o Grupo 2, composto na sua totalidade por três entrevistados, profissionais da rede hoteleira, a entrevista foi aplicada de maneira presencial nas empresas escolhidas como campo da pesquisa. Tal questionário continha 12 perguntas que versavam sobre o contato e preparo destes sobre o atendimento ao turista surdo. As referidas perguntas encontram-se descritas no APÊNDICE 2.

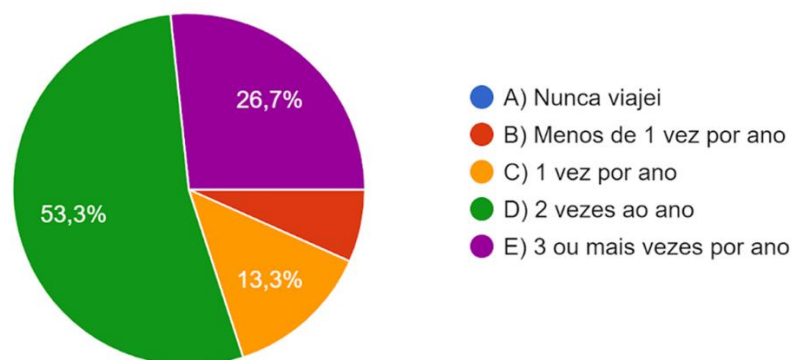
4.2.1 Aspectos relacionados às experiências turísticas - GRUPO 1

No questionamento apresentado no Gráfico 5 no qual os participantes indicaram a frequência de viagens por ano. Como resultado obtivemos que 53,3%

¹ Segundo o Consultor de Redes Hoteleiras Nacionais e Internacionais no Brasil Ari Giordi, a mesma rede hoteleira pode ter bandeiras distintas, ou seja, as mesmas possuem administradoras diferentes para cada hotel (GIORDI, 2009). Material disponível para consulta em: <https://arigiorgi.wordpress.com/about/>

(08), viaja 2 vezes ao ano, 26,7% (04) viaja três vezes ou mais, 13,3% (02) viaja 1 vez ao ano e 6,7% (01) viaja menos de uma vez por ano.

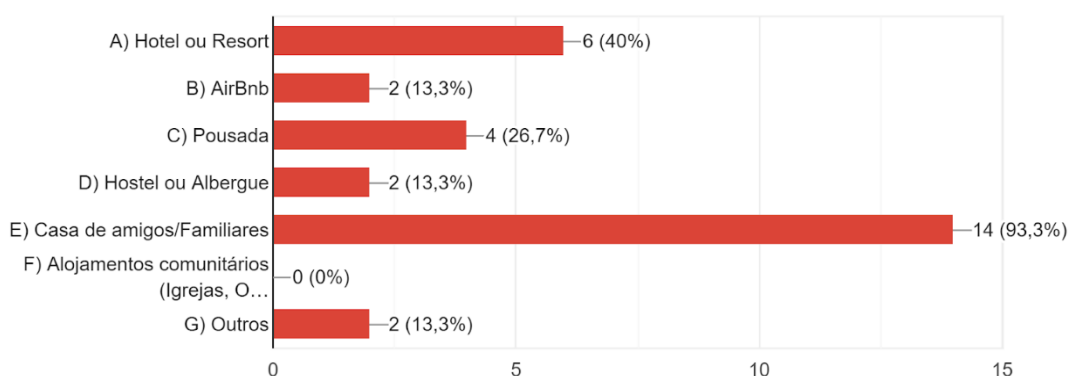
GRÁFICO 5 – FREQUÊNCIA DE VIAGEM.



FONTE: A autora (2019).

No gráfico 6, apresentamos os resultados para o questionamento “Qual meio de hospedagem você costuma utilizar? ”, sendo possível ao participante nesta questão selecionar mais de um meio de hospedagem, o que justifica que a soma dos percentuais exceda os 100%. Identificamos que (14) participantes selecionaram a opção Casa de amigos/familiares, (6) participantes selecionaram Hotel ou Resort, (4) selecionaram Pousadas, (2) Hostel e Albergue e (2) o formato AirBnb. Apenas o item alojamentos comunitários não obteve nenhuma seleção.

GRÁFICO 6 - MEIOS DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADOS.

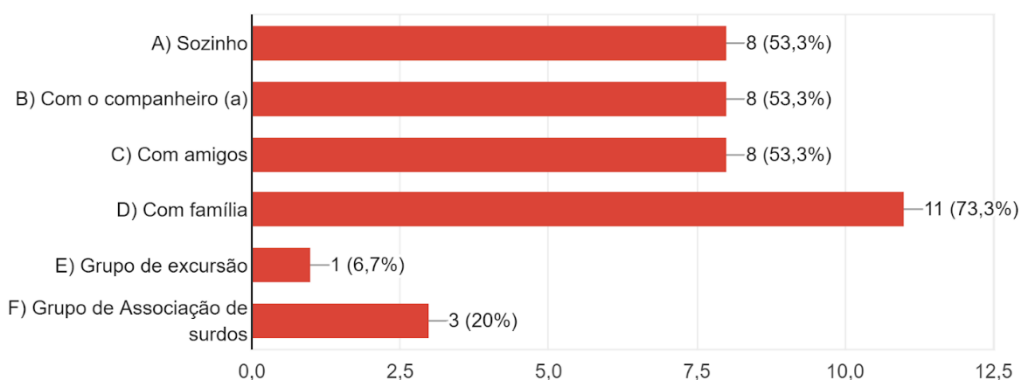


FONTE: A autora (2019).

Dentro desta perspectiva, o Gráfico 7 evidencia com quem estes turistas costumam viajar, e assim, como a questão anterior permitiu-se assinalar mais de uma

opção por respondente. Dessa forma, o quesito com maior número de seleções (11) foi a opção com família, as opções sozinho, com companheiro e com amigos empataram com (8) seleções cada uma, e por último a seleção de grupo de excursão com (1) escolha.

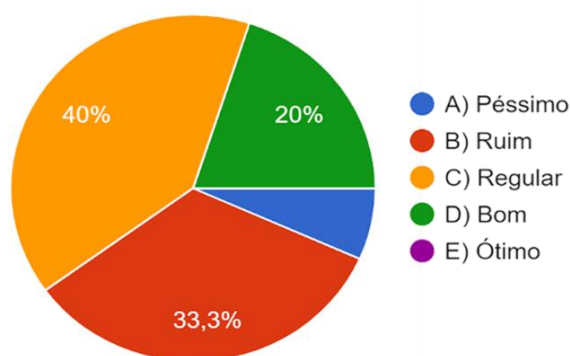
GRÁFICO 7 - COSTUME DE VIAGEM



FONTE: A autora (2019).

O Gráfico 8 trouxe os resultados da seguinte questão: “Em suas viagens como você classificaria o atendimento da recepção? ”, identificamos que grande parte dos atendimentos, 40% (06), foi considerado regular, seguido de Ruim com 33,3% (05), Péssimo com 6,7% (01) e Bom com 20% (03). Não houve nenhuma seleção para ótimo.

GRÁFICO 8 – ATENDIMENTO DA RECEPÇÃO NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

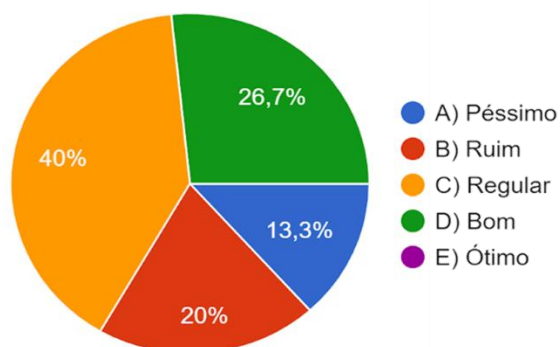


FONTE: A autora (2019).

O Gráfico 9 retrata as opiniões quanto o atendimento de outros serviços dentro de um meio de hospedagem, que não a recepção, podendo estas serem variadas para

os pesquisados. O resultado identificado foi 40% (06) para Regular, 20% (03) Ruim, 13,3% (02) Péssimo e Bom com 26,7% (04).

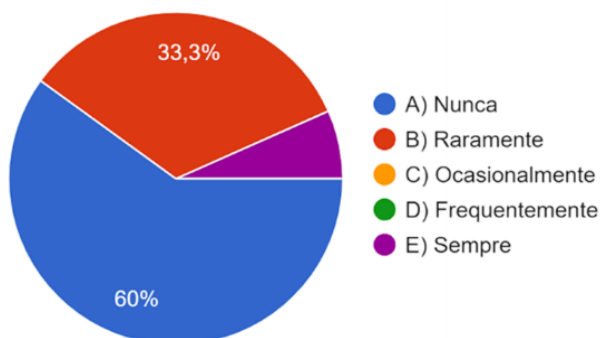
GRÁFICO 9 - OUTROS ATENDIMENTOS DENTRO DO MEIO DE HOSPEDAGEM



FONTE: A autora (2019).

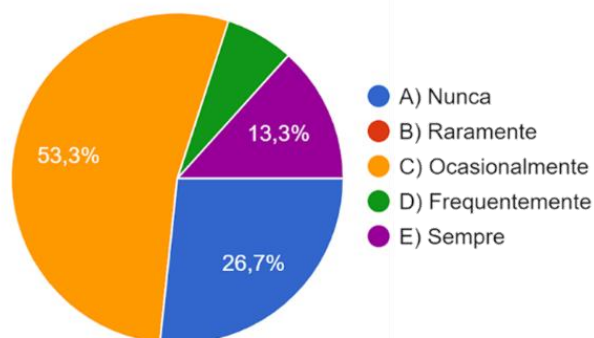
No Gráfico 10, ao tratarmos da frequência em que o atendimento é realizado em LIBRAS, dentro dos meios de hospedagem, 60% (09) selecionou nunca, 33,3% (05) raramente e 6,7% (01) sempre.

GRÁFICO 10 - FREQUÊNCIA DO ATENDIMENTO EM LIBRAS



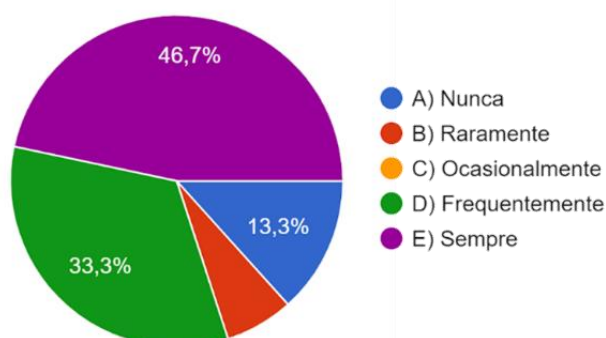
FONTE: A autora (2019).

Conforme o Gráfico 11, para os respondentes a necessidade de viajar com acompanhante que faça a interpretação ou a comunicação, 53,3% (08), classificou como ocasionalmente, 13,3% (02) sempre, 6,7% (01) frequentemente, 26,7% (04) escolheram nunca.

GRÁFICO 11 - NECESSIDADE DE ESTAR ACOMPANHADO PARA A TRADUÇÃO

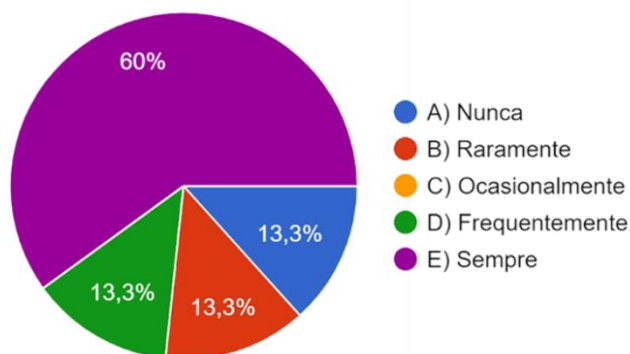
FONTE: A autora (2019).

Apresentada no Gráfico 12, a necessidade de atendimento em LIBRAS nos meios de hospedagem para o turista surdo, obteve-se que 46,7% (07) consideram sempre, 33,3% (05) frequentemente, 13,3% (02) nunca e 6,7% (01) raramente.

GRÁFICO 12 - NECESSIDADE DE ATENDIMENTO EM LIBRAS NO MEIO DE HOSPEDAGEM

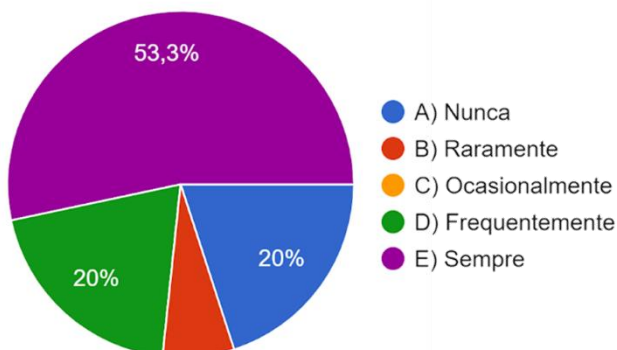
FONTE: A autora (2019).

O Gráfico 13 demonstra os resultados do questionamento sobre o quanto o atendimento realizado em LIBRAS pode influenciar a experiência turística dos turistas surdos, 60% (09) dos respondentes consideram que sempre vai influenciar, ao mesmo tempo que, 13,3% (02) classifica como frequentemente, 13,3% (02) raramente e 13,3% (02) nunca.

GRÁFICO 13 - INFLUÊNCIA DO ATENDIMENTO EM LIBRAS NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

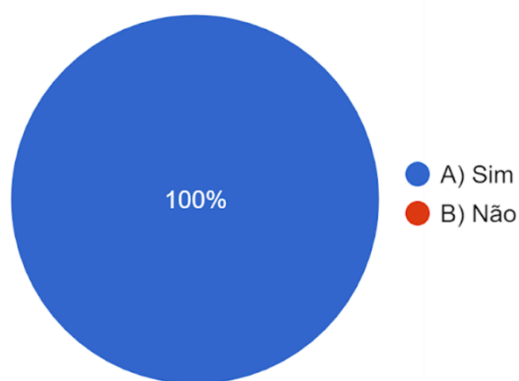
FONTE: A autora (2019).

No Gráfico 14, apresentamos os resultados quando perguntamos aos turistas surdos, se eles voltariam no meio de hospedagem por terem vivenciado um bom atendimento em LIBRAS, 53,3% (08) dos participantes responderam sempre, 20% (03) responderam frequentemente, 20% (03) nunca e 6,7% (01) raramente.

GRÁFICO 14 - VOLTARIA AO MEIO DE HOSPEDAGEM COM ATENDIMENTO EM LIBRAS

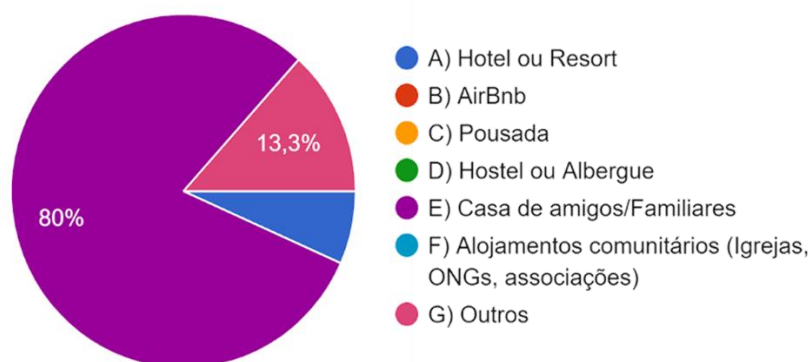
FONTE: A autora (2019).

No Gráfico 15, compilamos os resultados sobre o questionamento se todos já viajaram para o município de Curitiba, 100% (15) das respostas foram sim. Importante ressaltar que o questionário foi aplicado por meio *online* e divulgado nas redes sociais, sendo, portanto, possível de ser acessado e respondido de qualquer lugar ou região do país ou do mundo.

GRÁFICO 15 - VIAJOU PARA O MUNICÍPIO DE CURITIBA

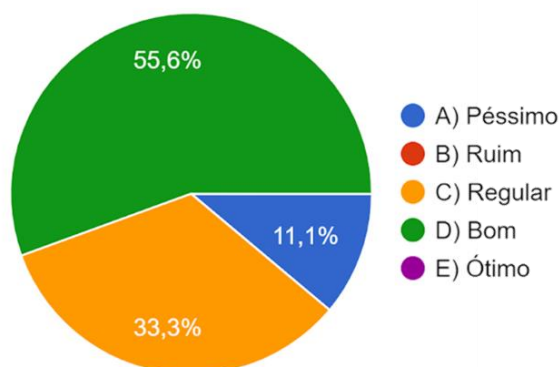
FONTE: A autora (2019).

O Gráfico 16 nos revela qual o meio de hospedagem mais utilizado pelos respondentes que já viajaram a Curitiba, sendo identificado que 80% (12) hospedou-se em casa de amigos/familiares, 13,3% (02) outros e 6,7% (01) em hotéis ou resorts.

GRÁFICO 16 - MEIO DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADO EM CURITIBA

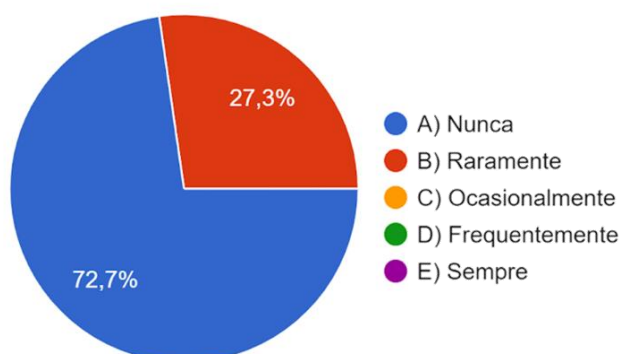
FONTE: A autora (2019).

No Gráfico 17, analisou-se a classificação do atendimento especificamente hoteleiro em Curitiba onde 55,6% (05) consideraram um bom atendimento, 33,3% (03) regular e 11,1% (01) péssimo. Não houve seleção para a opção ótimo.

GRÁFICO 17 - CLASSIFICAÇÃO DO ATENDIMENTO HOTELEIRO EM CURITIBA

FONTE: A autora (2019).

Por último, o Gráfico 18 nos apresenta os resultados do questionamento sobre se o atendimento do setor hoteleiro de Curitiba foi realizado em LIBRAS, 72,2% (08) relata que nunca e 27,3% (03) coloca raramente.

GRÁFICO 18 - O ATENDIMENTO HOTELEIRO EM CURITIBA REALIZADO EM LIBRAS

FONTE: A autora (2019).

4.2.2 Aspectos relacionados à acessibilidade na hotelaria – GRUPO 2

Para este grupo, composto por funcionários ou colaboradores dos meios de hospedagem selecionados, realizou-se um questionamento que versava sobre quais ferramentas de Acessibilidade o hotel representado possui. O questionamento foi feito da seguinte maneira: “Na plataforma *Booking*, este hotel aparece como hospedagem que oferece comodidades que garantem a acessibilidade através de ferramentas

como sinais visuais e táteis. Você poderia nos descrever um pouco mais tais comodidades? Em quais setores? ” As falas transcritas estão descritas a seguir:

Na verdade, por ser um hotel novo ele já foi construído para atender 100% da norma, [...] você foca muito mais no cadeirante do que no surdo ou no mudo [...] as outras deficiências, mas para o cadeirante em si toda a acessibilidade do prédio, ele pode entrar andar em qualquer lugar do prédio que ele vai estar acessível, tanto com elevador ou com rampa na entrada, os apartamentos eles são bem acessíveis para deficiente físico como para o surdo também [...] sinais sonoros não, visuais, ele tem algumas campanhas visuais que se tiver algum problema tipo se o prédio pegou fogo aquela campanha vai começar a piscar, não a fazer som, mas ela vai começar a piscar para que ele entenda que tanto, ela trabalha tanto pro surdo quanto pro cego, o cego ela vai emitir o sinal sonoro que para ele que tanto para o cego o elevador ele sempre fala qual é andar [...] E no apartamento tem o sinal sonoro, então se ele precisar de alguma coisa o cego ele vai ter e parte do som e do surdo ele tem a parte da campanha que é a luz que fica apitando alguma coisa. Se alguém tocar uma campanha ele vai acender a luz que alguém tocou a campanha, se tocar o telefone alguma coisa ele vai acender no quarto. A acessibilidade dentro da norma [...] 100% da norma os hotéis se adequaram a lei, mas dessa mais básica que é a questão do cego e da campanha luminosa é uma regra da rede também, ela também tem algumas regras para que a gente possa atender todo tipo de público. (ROXO)

Então a gente tem está reformando 15 apartamentos, totalmente novos, e eles contam com adaptações na porta, no banheiro e também a gente está adaptando nas áreas sociais [...] então tem quatro já estão prontos e dois estão sendo finalizados [...] mais dez que vão começar agora na primeira semana de outubro [...] e em toda essa parte de recepção e área social. (AZUL)

Nós temos os apartamentos adaptados que eles são para portadores principalmente de deficiência físicas no caso de deficiência com locomoção e cadeirante, alguém que precise desse tipo de auxílio. Agora para audiovisual não, certo porque o audiovisual pode incluir tanto a parte de Libras quanto aquelas partes táteis, o único lugar onde temos essas partes táteis são nosso elevador, que tem e as vezes a gente disponibiliza em casos assim um colaborador para estar instruindo a pessoa no caso, mas nos apartamento em si não tem partes táteis a não ser a parte de voltagem e da luminária, o caso da 220 nós temos a etiqueta de 220 com a parte tátil lá, mas não tem ali especificando a tomada como é o padrão do audiovisual. (VERDE)

Outra indagação feita aos entrevistados foi a respeito da comunicação, se esses consideram a comunicação como um fator fundamental no bom atendimento aos hóspedes:

Comunicação ela é importantíssima, a gente tem que trabalhar com atendimento e a bandeira da [...] a hospitalidade é a nosso carro chefe, dentro da [...] é muito importante, a gente tem que se adequar ao mercado, além das necessidades deles. (AZUL)

Sim, não, na verdade a comunicação ela efetiva ela é bom em todos os setores tanto profissionais quanto pessoais, os maiores problemas do mundo e da vida elas se dão por comunicação, então dentro de uma empresa se a comunicação não flui obviamente você terá muitos problemas e quando você tem uma empresa problemática, quando você vai fazer uma análise em cima de quais são os principais problemas o principal sempre é comunicação, se você falha na comunicação você tem pessoas fazendo a mesma coisa só que todos de formas diferente sem integração. (ROXO)

Com certeza, em ambos os setores, tanto recepção, manutenção, governança só que essa parte de Libras a gente não enfrenta muito, de frente assim, mais a parte de deficiente físico, deficiente físico a gente já pegou bastante volte e meia assim, uma média de uns 5

por mês a gente pega com alguma deficiência física, sendo ela cadeirante ou não. (VERDE)

Então seguindo do questionamento anterior, prosseguimos perguntando sobre o atendimento especificamente das pessoas surdas, abordando se os entrevistados já haviam realizado um treinamento para atender esse público ou até mesmo sobre a acessibilidade:

Olha muito pouco assim, a gente tem uma demanda muito maior de deficiente físico que sempre aparece é cadeirante, mas o deficiente visual e o auditivo é menos frequente, eu não sei te explicar o porquê, não sei se há algum se é devido a vários hotéis não terem tanta acessibilidade que restringem, mas eu não sei te dizer o porquê, mas eu já recebi a deficiente visual, todos os tipos de deficientes a gente já recebeu, principalmente o visual, mas o auditivo, poucas vezes, não me recordo. (ROXO)

Não, não recebi nenhum treinamento, acho que é muito importante a gente está bem atrasado nesta questão, digo o Brasil assim, não, acho bem importante mas eu não recebi nenhum treinamento. (AZUL)

Não no hotel, já recebi na época da aviação porque a gente tem a questão de atendimento frequentes com esses tipos de pessoas que passam por essa necessidade, e infelizmente a gente acaba enfrentando no aeroporto muito, com muito mais frequência que a gente enfrenta na rede hoteleira. (VERDE)

Com relação ao conhecimento pessoal dos entrevistados em LIBRAS, as respostas foram:

[...] sim conheço, a gente está muito familiarizado, mas não tenho o conhecimento, dos sinais assim, esse seria um problema também por isso a hotelaria não está preparada para isso, como você não tem uma demanda de surdos assim, se hospedando nos hotéis, você não tem pessoas capacitadas que possam atendê-los com linguagens de sinais. Então, hoje se você perguntar qual colaborador que poderia atender, eu acredito que nenhum, isso é um ponto negativo da hotelaria, esse estudo é interessante para a gente entender se existe uma demanda para que a gente possa se adaptar melhor. (ROXO)

Não conheço, mas eu fiquei bem contente esses dias atrás que a filha da minha prima teve que fazer uma apresentação escolar sobre uma música em Libras, então isso eu achei bem interessante. (AZUL)

Conheço, conheço as Libras, mas não estou familiarizado [...] nenhum tipo de habilidade nem intermediário, básico, nada. (VERDE)

Ao serem questionados se em algum momento de suas experiências com atendimento no período de trabalho no hotel já haviam presenciado ou participado de um atendimento a um hóspede surdo, as respostas foram:

Não, nunca, dos hotéis que eu passei com sinceridade não, não vi nenhum atendimento, até a cego e deficientes tipo com mobilidade vários, com o surdo não. (ROXO)

Já, eu trabalhei 4 anos na recepção então eu já atendi várias vezes as pessoas surdas e a gente tem um pouco de dificuldade, mas a gente tenta fazer o algo a mais e o jeitinho brasileiro, para tentar atender eles da melhor forma, até porque normalmente eles são bem acessíveis, e tentam se comunicar da melhor forma possível. (AZUL)

Já, já participei, já presenciei inclusive fui eu o atendente do hóspede e inclusive ele pediu para falar devagar porque ele conseguia fazer a leitura labial, então eu não tive maiores

dificuldades porque apesar dele ser deficiente surdo, ele ainda tinha a habilidade da fala, ele conseguia através da experiência dele, ter um determinado entonação na voz a ponto de conseguir falar, mas a deficiência auditiva dele era 100%, mas ele conseguia fazer leitura labial. (VERDE)

Apenas para o entrevistado Azul foi necessário acrescentar uma pergunta complementar à anterior, sendo: Ele estava com tradutor e/ou algum familiar que fizesse a intermediação da comunicação? Caso sua resposta à questão anterior seja sim, como foi o atendimento? Você percebeu dificuldades relacionadas à comunicação?

Não, sempre eles estão sozinhos, mas geralmente eles estão em casais, casais os dois são têm a mesma dificuldade sabe, são surdos. (AZUL)

O próximo questionamento foi: “Você considera que o atendimento em Libras é um fator importante na experiência do turista surdo? Por quê? ”

É a gente precisa na verdade, de um estudo sobre isso, não existe nenhum estudo sobre isso para a gente poder entender a demanda da desse público, acredito que muito por causa disso, o surdo ele deva se hospedar nos hotéis com algum acompanhante, sempre para poder fazer ali a, para poder fazer a intermediação ali com os sinais mas é se existe essa demanda infelizmente ela é desconhecida, acredito que para grande maioria do público aí e das empresas ela é desconhecida, mas ela deve existir e deve ser grande. (ROXO)

Sim com certeza, é a gente está vendendo a experiência para eles, e se eles vierem aqui e ter uma dificuldade no atendimento a experiência não vai ser boa, quarto tem em todo o lugar aqui da cidade, mas o atendimento e a experiência em si que vai fazer a diferença. (AZUL)

Com certeza, com certeza, principalmente é na parte de sinais ou que seja pelo menos a parte de a parte tátil no caso eu acho que em determinados casos assim devia disponibilizar para no caso de hotelaria de hóspedes uma espécie de comprovante que fosse tátil principalmente para deficiente visual, porque não temos nada voltado para Libras para que o hóspede conseguia identificar, sabe, acho que isso é uma falha em toda a rede hoteleira, não especificamente um hotel ou outro, mas em toda ela não disponibiliza esse tipo de serviço. (VERDE)

Por último, buscou-se entender se a capacitação no atendimento em LIBRAS seria um diferencial importante para aquele profissional e para a área do turismo:

Eu acho que sim, que falta porém o que falta é o entendimento dessa demanda, porque as empresas podem, você tem muitas pessoas hoje em dia talvez que entendam e que saibam a linguagem de sinais, então você poderia ter, você não precisa ter uma, um desprendimento enorme para que todos os colaboradores de um hotel falam em LIBRAS porém, você pode ter uma pessoa, você vai dedicar o seu tempo para contatar um dos colaboradores que possa falar em LIBRAS e esse vai ser o interlocutor para todos mas, eu acredito que seja importante, mas a gente realmente desconhece do potencial disso ou da real necessidade, e como as pessoas normalmente quando você tem, quando ela está acompanhada acho que isso também inibe a questão da, das empresas desprenderem para correrem atrás desse tipo de profissional. (ROXO)

Com certeza, todo mundo foca sempre no inglês, mas eu acho que você aprender a se comunicar com a pessoa que têm essa dificuldade, as vezes é mais importante do que o idioma, a gente tem que cuidar das pessoas que estão aqui, dentro do nosso país também. (AZUL)

Com certeza, eu acho que se fosse disponibilizado para os hotéis pelo menos um atendente de cada turno no caso para poder fazer uma espécie de curso de Libras seria muito válido, porque eu arrisco dizer que 98% dos hotéis ou 99% dos hotéis do Brasil não estão preparados para esse tipo de serviço. (VERDE).

Os resultados aqui apresentados serão discutidos no próximo capítulo e ancorados na literatura consultada.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Aqueles que fazem parte da realização da experiência turística: os destinos, países ou regiões, hotéis, parques, entidades públicas ou privadas, usam da comunicação, seja formal ou informal, para alcançar seu público (WICHELS, 2014).

Essa transmissão de mensagem com um objetivo permite que um destino possa repassar informações através de diferentes formas e de diversos meios, isso facilita acompanhar as mudanças que vêm ocorrendo no turismo, pois é possível entender e satisfazer as experiências de cada grupo específico (MARUJO, 2011).

Os surdos têm uma frequência de viagem similar à de pessoas não surdas, mesmo assim, uma das situações mais comumente observadas é a dificuldade enfrentada pelas pessoas com deficiência no seu dia a dia e em viagens (ZAJADACZ, 2014; BRASIL, 2009).

Sendo essa uma das hipóteses para esse público utilizar como principal forma de hospedagem casa de amigos ou familiares, justamente por não se sentirem à vontade, situação possivelmente provocada pela dificuldade que encontram na hora de comunicar-se.

E ainda, quase todos os depoimentos revelam essa questão de que a oferta do atendimento está associada à frequência em que ocorre e não à sensibilidade com a necessidade ou a causa dos surdos.

Importante destacar que quanto à existência de atendimento de pessoas surdas no dia a dia do profissional da rede hoteleira, mesmo com anos de experiência na área, não houve uma identificação da demanda de atendimento deste tipo de público, isso contrapõe o que defendem Andrade e Alves (2011) sobre o perfil do viajante surdo: “O deficiente auditivo, por si só, possui, em sua maioria, um perfil aventureiro e curioso com relação a outras culturas e outros lugares”.

Isso refuta a ideia que se depreende dos fragmentos de entrevista, de que não há oferta do atendimento em LIBRAS porque não há procura. Na verdade, quando se considera a frequência de viagem e meio de hospedagem utilizado, percebe-se que há uma substancial demanda reprimida pelas dificuldades de comunicação. Em outros termos, os surdos aparentemente substituem a hospedagem nos hotéis pela casa de amigos e familiares, por não contarem com atendimento apropriado nos estabelecimentos hoteleiros.

Destaca-se que os profissionais entrevistados expuseram que já receberam e atenderam hóspedes surdos, e houve sim uma dificuldade na comunicação, mesmo assim os colaboradores estavam dispostos a ajudar da melhor maneira possível, como exemplo falar mais devagar para que cliente surdo pudessem fazer a leitura labial.

Com relação aos turistas surdos sabe-se que a grande maioria não viaja sozinha. Na realidade profissional também foi apontando que os surdos sempre estão acompanhados de um companheiro ou companheira, sendo que, um atendimento foi identificado a intermediação da comunicação com auxílio de intérprete ou familiar, prática comum usada pelas pessoas surdas, a fim de evitar maiores dificuldades (SOARES; *et.al*, 2013).

Faz-se necessário salientar que mais da metade dos surdos participantes declarou ter um grau severo da deficiência auditiva, assim como classificaram, na grande maioria, sua habilidade com Língua Portuguesa escrita como sendo boa. Este entendimento se justifica, pois, a identificação do grau de surdez e da forma de comunicação predominante se faz importante no que tange às necessidades específicas no atendimento a esse público (SILVA, 2013), então reconhecer este perfil deve ser parte integrante de debates e discussões que permeiam o assunto, estando, portanto, presente nesta pesquisa.

Além disso, também foi possível presenciar a outra realidade, da demanda desconhecida pelo mercado do turismo, quando um dos entrevistados relatou nunca haver presenciado ou participado de um atendimento a pessoas surdas, sendo que este tem uma grande experiência profissional na hotelaria.

Destaque necessário para a carência de dados sobre o perfil da demanda do consumidor em turismo de grupos específicos, como para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, que permita apresentar de maneira confiável as características da atual demanda de consumo de turismo deste segmento, sendo relevante apresentar dados e informações sobre a demanda turística no Brasil focado nesses grupos (BRASIL, 2009), constatação evidenciada também nesta pesquisa.

A falha da comunicação entre os colaboradores da rede hoteleira e o turista surdo se revelou um fator fundamental para a experiência turística do grupo alvo, assim é relevante melhorar a comunicação dos serviços e produtos oferecidos como forma de aumentar a demanda deste grupo em potencial, para que esses possam ter

a livre escolha de ficar em um hotel, sem que isso cause desconforto ou uma experiência turística negativa.

Como corrobora Almeida (2006) ao tratar das experiências que ocorrem nas atividades turísticas com a pessoa surda, encontramos uma realidade diferente de outros grupos sociais, pois o atendimento realizado nesses espaços não está de acordo com as expectativas, e não tem efetivados os direitos à informação, à acessibilidade e, por conseguinte, à prática do turismo.

Nesse olhar, comunicar não significa somente passar informações, manipular, persuadir e/ou convencer. Comunicar é articular representações simbólicas para dizer e compreender algo. Por intermédio da comunicação é que um atrativo, produto ou polo turístico passa a existir socialmente (BALDISSERA, 2010).

Claramente a comunicação é um fator fundamental para um bom atendimento e como parte do alcance da acessibilidade (BRASIL, 2006), como também identificado no presente estudo, sendo colocada pelos entrevistados como uma ferramenta importante, não só na hotelaria ou em cargos específicos, mas como um todo. Os entrevistados entendem a dimensão da importância que a comunicação tem dentro do turismo, principalmente dentro da hotelaria.

Partindo desse pressuposto, assim como sustentam Meneghel e Tomazzi (2012), “A comunicação é, portanto, um processo social básico, essencial, pois é ela que torna possível a vida em sociedade e o seu desenvolvimento”. Entendendo assim a importância do atendimento, e quando esse não é realizado de acordo com o público que se assiste.

O princípio da hospitalidade deve permear todo e qualquer estabelecimento hoteleiro, ou seja, receber bem as pessoas permite que se possa usufruir de todos os serviços oferecidos sem barreiras arquitetônicas ou de comunicação, permitindo as relações sócio afetivas e garantindo a acessibilidade para as pessoas com deficiência (FUKUSHIMA, 2010).

Ao falarmos em turismo acessível considerado do ponto de vista das pessoas com surdez, conforme Silva (2013) deve ser visto como aquele que respeita e promove a igualdade e os direitos desse grupo, e que lança mão da utilização de Libras como ferramenta de comunicação. Mesmo assim, ainda encontramos cenários onde profissionais atuantes diretamente no atendimento ao público relatam conhecer

pouco sobre o assunto e não ter recebido nenhum treinamento específico para este tipo de atendimento.

Mais especificamente, um bom atendimento em LIBRAS, se apresentou essencial tanto para a experiência quanto para o retorno no meio de hospedagem para o cliente surdo, como defendido por alguns autores (ANDRADE; ALVES, 2011)

O atendimento da recepção mostrou-se mais precário no que se refere ao turista surdo, do que de outros atendimentos realizados dentro de um meio de hospedagem, considerando que a recepção é o primeiro e o principal contato do hóspede no meio de hospedagem. A recepção “é o centro nervoso do hotel, onde aparentemente tudo acontece (ALDRIGUI, 2007, p.61).

Seus funcionários são aqueles que mantêm contato direto com os hóspedes, entende-se este um ponto de fragilidade importante identificado pelos grupos pesquisados. Além disso, o turismo é uma atividade que se tem como objetivo de por meio do equipamento receptivo e fornecimento dos serviços trazer a satisfação das necessidades do turista (BENI, 1990).

Diante deste atual cenário mercadológico, os profissionais da área do turismo recebem críticas quanto à inadequação das suas formações frente às exigências do atual mercado de trabalho do setor (FORNARI, 2006), fato este evidenciado pelos profissionais também aqui neste contexto, principalmete quando tratamos de novas demandas e segmentações cada vez mais específicas, quanto ao serviço e produto turístico.

Para tanto, o documento do Governo Federal “Cartilha Vermelha do Turismo” defende que o primeiro passo para um atendimento adequado a pessoas com deficiências são ações aplicadas na qualificação do profissional, sendo isso uma maneira primordial para que o mercado incluía novas demandas (BRASIL,2009).

Ainda dentro desta perspectiva, entendemos, de forma alinhada com Aldrigui (2007) que pessoas envolvidas diretamente com o atendimento ao público, principalmente no âmbito do turismo, as quais afetam diretamente na criação da experiência, devem estar capacitados e em constantes treinamentos.

Então compreende-se que é importante que o profissional esteja capacitado para o atendimento. Mesmo assim, diante deste contexto, o presente estudo encontrou um cenário oposto das indicações, e que nenhum dos profissionais

entrevistados havia passado por algum treinamento no atendimento no que diz respeito à pessoa surda ou à acessibilidade.

Sem uma capacitação profissional é mais difícil dar um atendimento adequado, esta ferramenta é necessária para que não se afete a experiência turística, principalmente da segmentação do mercado de pessoas com deficiência. É preciso entender que as condições oferecidas para além da arquitetura, devem ter também qualidade do profissional que atende (LAGES; MARTINS, 2006).

Como Aldrigui (2007, p. 53) novamente apresenta: “Há hotéis que diversificam suas fontes de receita, oferecendo outras facilidades que não somente os apartamentos”. Buscou-se entender quais seriam os as comodidades voltadas para os hóspedes surdos que os hotéis ofereciam e divulgavam na plataforma *booking* de maneira a promover acessibilidade em seus estabelecimentos.

Nos resultados foram abordadas outras especificidades, além da questionada, como o caso das acessibilidades voltadas a pessoas cegas com um entrevistado se referindo a aparelhos sonoros, assim como a existência de informações em Braille. Também foi citado o atendimento a cadeirantes. Isto demonstra uma mudança no olhar da prestação de serviços pelos estabelecimentos, mas também evidencia discurso equivocado quanto ao público em questão, e por vezes, confuso.

Cogita-se, como possibilidade, que as referências dos entrevistados a PNEs com demandas distintas das do público contemplado na investigação, tenham sido feitas como uma estratégia retórica de justificação para a ainda escassa atenção dispensada aos surdos, ou seja, como a conotar que não há atendimento a esse público porque não há procura, mas que o empreendimento é sensível, tanto que oferece comodidades aos cadeirantes e pessoas com mobilidade reduzida, entre outros.

Em uma das falas que a oferta de um atendimento apropriado está relacionada a um cálculo comercial, no sentido de que oferece para aquele perfil de PNE que é mais frequente, ou seja, que apresenta dificuldades de mobilidade, e não aos PNEs que se hospedam mais raramente no estabelecimento, como é, aparentemente, o caso dos surdos.

No caso da comunicação dos surdos com profissionais, muitos têm uma visão equivocada sobre a língua de sinais, considerado esta língua não com o status de língua, mas apenas uma alternativa para os surdos que não conseguiram desenvolver

a língua oral (DIZEU; CAPORALI, 2005) resultado também evidenciado nesta pesquisa.

Neste quesito é importante retomar os autores Andrade e Alves (2011, p.7) que nos colocam “Libras é tão importante quanto o Português e outros idiomas, por isso deve ser respeitada como tal”.

No que tange à acessibilidade, tendo uma visão global, eliminar barreiras de acesso significa garantir espaços que contemplem as necessidades especiais com planejamento de locais de turismo universais e inclusivos. A sociedade deve se adaptar e oferecer serviços e produtos para todos os públicos, de maneira a não haver restrições e com respeito à diversidade e diferenças entre as pessoas (PEREIRA, 2011).

Como já destacado dentro deste estudo, a comunidade surda, apesar de ser reconhecida como minoria, possui, assim como outros grupos sociais, cultura e identidade próprias, e assim obtendo como principal fator de integração o uso de uma língua particular, que hoje é reconhecida como Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS (ALMEIDA, 2006).

Dentro desta perspectiva, questionou-se aos participantes profissionais sobre o seu grau de conhecimento e contato com LIBRAS, os quais, conheciam a língua e sabiam do que ela se trata, porém sem nenhum conhecimento técnico, nem em sinais simples como de tratamentos cordiais básicos.

Os colaboradores dos hotéis reconheceram a falha dentro do sistema hoteleiro, não somente no local para o qual trabalham, mas também em outros hotéis, e que não somente eles não tinham o conhecimento, mas outros colaboradores também, e complementam, que caso ocorresse a necessidade de atendimento em LIBRAS, o hotel não teria esse serviço disponível

Conforme a Cartilha Vermelha de Turismo (BRASIL, 2009, p.27), ferramenta de instrução de acessibilidade para os empreendimentos que oferecem produtos e serviços dentro da área do turismo brasileiro “Não se faz turismo sem comunicação. Esse é um elemento de extrema importância que deve ser desenvolvido para ser compreendido por todos os usuários de qualquer produto ou serviço, incluindo aqueles que apresentam alguma deficiência”.

E ainda nesse mesmo documento, é apresentado que: “Para estabelecer comunicação adequada com pessoas com deficiência auditiva, recomenda-se ter um

profissional intérprete de LIBRAS em locais de atendimento ao público, como áreas de saúde, shopping centers, **hotéis**, áreas de recreação e em palestras, entre outras atividades. “ (BRASIL, 2009, p.30 – Grifo Nosso).

A omissão no que diz respeito ao conhecimento da utilização da comunicação feita pelos turistas surdos, acaba prejudicando e deixando de lado estes nas atividades do turismo, por não conseguirem um atendimento adequado, acesso à informação e a acessibilidade necessária (ALMEIDA, 2006).

Apesar disso, os participantes dos dois grupos reconheceram, como exposto por Andrade e Alves (2011), que existe uma dificuldade entre comunidade surda e a atividade turística, e mesmo assim a demanda potencial de turistas surdos é muito grande e que o turismo só tem a ganhar com a inclusão do surdo. Pontuaram também que seria interessante outros estudos sobre a compreensão dessa demanda para que dessa forma fosse mais fácil realizar adequações, ou seja disponibilizar ao menos um colaborador para esse atendimento, já que com isso seria comprovado a existência dessa demanda potencial.

Tratar dessas questões que envolvam necessidade de capacitação profissional ao atendimento, para além do entendimento genérico de acessibilidade, compete a todos aqueles que estão no meio, inclusive no hoteleiro (OLIVEIRA, 2008). E ainda, como corroboram Lages e Martins (2006) “pessoas bem treinadas e capacitadas são fundamentais para o desenvolvimento do turismo e seus diferentes segmentos, a segmentação de mercado faz surgir nichos cada vez mais especializados”.

Fornari (2006) discorre sobre as discussões acerca da capacitação dos profissionais de turismo no atendimento especializado, afirmando que a área não está conseguindo acompanhar os passos largos que a segmentação de mercado está exigindo, colocando o turismo num meio crítico.

Sabemos não ser uma tarefa fácil fazer com que os profissionais envolvidos na prestação de serviços turísticos, sintam-se capazes de atender adequadamente esta demanda, por isso sugere-se a promoção de treinamentos ou seleção de pessoas com o perfil e formação adequadas para este tipo de atendimento (ANDRADE; ALVES, 2011).

As perspectivas que obtivemos dos entrevistados em relação à capacitação do profissional atuante em turismo quanto ao conhecimento de LIBRAS, e se seria uma peça de importância para área, identificamos um profissional entrevistado disposto a

aprender LIBRAS, os demais demostraram achar interessante que cada hotel tivesse ao menos um colaborador que soubesse LIBRAS, assim este atuaria em todas as vezes que uma pessoa surda se hospedasse nesse hotel.

No entanto, é preciso lembrar que, para ser um intérprete na língua de sinais, é necessário muito mais do que apenas o conhecimento prático, mas também, é preciso que o profissional entenda todas as dimensões que se compreende nos direitos da acessibilidade e da inclusão do surdo na sociedade, incluindo uma formação necessária (ANDRADE; ALVES, 2011).

No que diz respeito ao turismo, promover a acessibilidade através da capacitação dos profissionais que fazem atendimento, além de ser um imperativo de cidadania, a promoção da acessibilidade é, também, uma oportunidade para inovar e para promover a qualidade, a sustentabilidade e a competitividade, possibilitando benefícios para este domínio (DOMINGUES; CARVALHO, 2013).

Dentro desse olhar, assim como corrobora Fukushima (2010) independentemente de qual seja a deficiência deste indivíduo: física, intelectual, visual, motora, ou auditiva, todas estas pessoas têm direito de que dentro das dependências do hotel haja meios e acessos para que elas possam circular, e principalmente, se comunicar.

Domingues e Carvalho (2013, p.3) colocam que: “Desta forma, é essencial tornar o turismo acessível a todos os cidadãos para que todos, de igual forma, tenham acesso, na prática, aos mesmos direitos que todos têm em teoria “.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como percebido, temos um longo caminho a trilhar, o que abre espaço para outras discussões e entendimentos, dentre eles a necessidade de formulação de leis e capacitação dos profissionais que vise assegurar os direitos das pessoas com maior vulnerabilidade.

Os hóspedes surdos devem ter acessibilidade garantida, pois assim como os demais públicos, estes têm desejo de viajar, de vivenciar novas experiências. A hotelaria ainda não está totalmente preparada para receber públicos com restrições e especificidades, mesmo assim identifica-se que se tem o conhecimento desta necessidade.

Em que pese o fato de os colaboradores do hotel não identificarem demanda efetiva, os resultados da investigação realizada com os respondentes surdos sugerem que há uma significativa demanda reprimida por serviços dessa natureza na rede hoteleira, vez que optam por se hospedar em casas de amigos e parentes.

Considerou-se com esse estudo que a comunicação, é uma das principais ferramentas para o se fazer turístico, principalmente no âmbito da acessibilidade. A comunicação é crucial para a experiência turística, é através dela que os turistas chegam ao seu destino.

Ressaltamos que LIBRAS é muito mais do que apenas uma língua, ela representa uma comunidade, uma cultura, uma demanda a qual também tem desejo de viajar e desbravar novos lugares. Essa língua carrega uma história de muitas conquistas de direitos sociais, inclusive ao lazer.

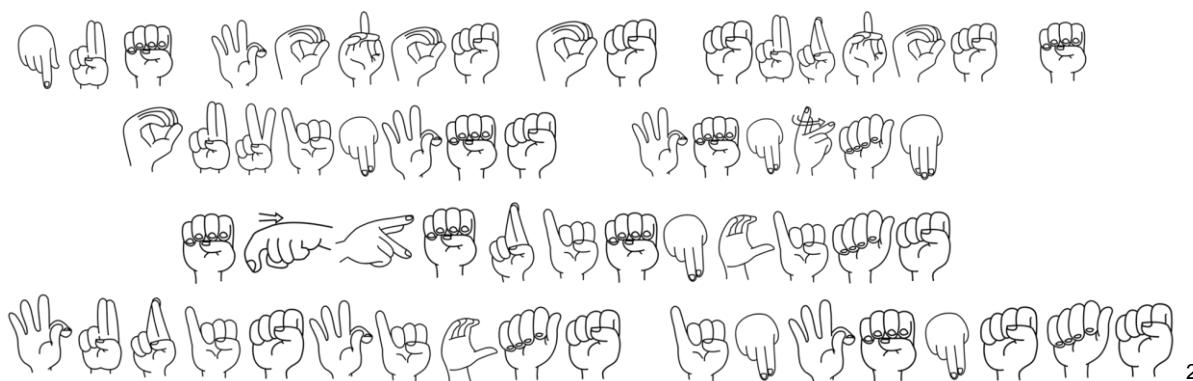
Capacitar o profissional da área do turismo no atendimento em LIBRAS, permeia não somente os direitos que já estão estabelecidos, mas faz parte do ser social, de compreender e entender a vivência que se tem em uma sociedade. A língua de sinais é assim, como qualquer outra forma de comunicação, importante, apesar de muitos não entenderem a dimensão, principalmente do âmbito do turismo.

A acessibilidade é um caminho que deve ser percorrido ainda, e o turismo sendo uma área de grande impacto econômico e social, deve levar intrínseco na oferta de seus produtos e serviços que estes são possíveis a todos, e assim como se propõem receber bem o hóspede, seja ele qual for.

Para tanto, é possível visualizar medidas sendo tomadas por hotéis como maneira de amenizar essas barreiras como o uso das ferramentas disponíveis. E ainda, com os avanços tecnológicos não é difícil achar estratégias que possibilitem o fácil acesso dos profissionais atuantes na área no conhecimento em LIBRAS, mesmo que o empreendimento não disponha de um colaborador intérprete, é possível por meio de orientações para realizar um bom atendimento.

Portanto, entendemos o conhecimento de LIBRAS como uma importante ferramenta a ser lançada mão pelos profissionais, que fazem atendimento à pessoa surda. Capacitar esses profissionais trará além de benefícios comerciais também sociais, permitindo com que o turista surdo vivencie sua experiência turística com qualidade e plenitude.

Dessa forma, mais estudos sobre a demanda das pessoas surdas dentro dos destinos turísticos podem ser desenvolvidos, para além do âmbito acadêmico, mas também, serem passadas para o mercado, como forma de entender como o consumidor vivencia sua experiência turística. Vale a pena investir em capacitação dos profissionais bem como ressaltar a importância de tais diálogos.



FONTE: Google Imagens (2019).

Afinal, viajar é viver!

² Que todos os surdos e ouvintes tenham experiências turísticas intensas

REFERÊNCIAS

ALDRIGUI, M. **Meios de Hospedagem**. São Paulo: Editora Aleph, 2007.

ALMEIDA, W. G. Comunidade Surda e o Turismo de Responsabilidade Social: Um Olhar sobre as Diferenças. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 4, 2006, Caxias do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul – Mestrado em Turismo, 2006. Disponível em: <www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT15-4.pdf>. Acesso em: 15 set. 2018.

ALMEIDA, W.G.; KUSHANO, E. S. Inclusão social, cidadania e turismo – Uma investigação sobre a existência de serviços adaptados às pessoas com necessidades especiais nos meios de hospedagem da região metropolitana de Curitiba. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v.2 ,n.4, p. 88-101, dez. 2008. Disponível em: <rbtur.org.br/rbtur/article/view/119>. Acesso em: 10 out. 2018.

ANDRADE, L. L.; ALVES, A. M. **A inclusão do surdo na atividade do turismo através do uso de libras**. 16 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Curso de Bacharel em Turismo, Fundação Visconde de Cairu, 2011. Disponível em<www.cairu.br/revista/arquivos/artigos/ARTIGO_LIVIA_turismo.doc>. Acesso em: 15 out. 2018.

BALDISSERA, R. Comunicação Turística. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 1, n.1, p. 6 – 15. jan. 2010. Disponível em: <www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/453/pdf_3>. Acesso em: 05 set. 2018.

_____. Relações públicas, turismo e comunidade local. **Anuário Unesco/metodista de comunicação regional**, São Paulo, n. 12, p.123-139, dez. 2008. Disponível em: <www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/view/1020>. Acesso em: 06 set. 2018.

BENI, M. C. Sistema de Turismo - SISTUR Estudo do Turismo face à Moderna Teoria de Sistemas. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, n.1, v.1, 1990. Disponível em: <www.revistas.usp.br/rta/article/view/63854>. Acesso em: 23 out. 2018.

BRASIL. **Turismo e acessibilidade: manual de orientações**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/1359-manual-de-orienta%C3%A7%C3%B5es-turismo-e-acessibilidade.html>>. Acesso em: 19 jan. 2019.

_____. **Turismo Acessível: Bem Atender no Turismo Acessível**. Brasília: Ministério do Turismo, 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/assuntos/5054-turismo-acessivel.html>>. Acesso em: 15 jan. 2019.

CAMISÃO, V. Turismo e Acessibilidade. In: Brasil. Ministério do Turismo. **Turismo social: diálogos do turismo: uma viagem de inclusão**. Rio de Janeiro: IBAM, 2006. p. 320 – 347.

CASTRO JÚNIOR, G. **Variação linguística em língua de sinais brasileira – foco no léxico**. 123 f. Dissertação (Mestrado em linguística) – Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <repositorio.unb.br/bitstream/10482/8859/1/2011_GI%C3%A1uciodeCastroJ%C3%BAnior.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018.

DAVIS, H. SILVERMAN, S. R. **Hearing and deafness**. 3.ed. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1996.

DIZEU, L. C. T. B.; CAPORALI, S. A. A língua de sinais constituindo O surdo como sujeito. **Educ. Soc.**, Campinas, vol. 26, n. 91, p. 583-597, ago. 2005. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/es/v26n91/a14v2691.pdf>>. Acesso 08 jun. 2019.

DOMINGUES, C. CARVALHO, P. Acessibilidade e turismo na cidade de Coimbra. **Revista de investigación en turismo y desarrollo local**, Portugal, v.6, n.14, p.2-23, jun. 2013. Disponível em: < https://www.researchgate.net/profile/Paulo_Carvalho36/publication/311427117_Acessibilidade_e_turismo_na_cidade_de_Coimbra/links/5845bd6908aeda69681a5dc4/Acessibilidade-e-turismo-na-cidade-de-Coimbra.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2019.

DUARTE, D. C. *et.al*. Turismo acessível no Brasil: um estudo exploratório sobre as políticas públicas e o processo de inclusão das pessoas com deficiência. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, n.9, v.3, p.537-553, dez. 2015. Disponível em: <rbtur.org.br/rbtur/article/viewFile/863/690>. Acesso em: 25 out. 2018.

FORNARI, I. K. **Educação superior em turismo: o profissional de turismo frente às competências exigidas pelo mercado de trabalho do setor hoteleiro em natal**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Setor Pós-graduação em Administração, Universidade do Rio Grande do Norte, 2006. Disponível em: < <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/12189>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

FUKUSHIMA, D. Acessibilidade na hotelaria: com ênfase no surdo. **Revista FAE**, Curitiba, v.13, n.1, p. 139-152, jun. 2010. Disponível em: < <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/228>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed.. São Paulo: Atlas, 2008.

HESPANHOL, D. F. **Motivações e experiências de viagens de turistas surdos cariocas: um estudo exploratório e qualitativo**. 105 f. Monografia (Bacharel em Turismo). Departamento de Turismo, Universidade Fluminense. Niterói, 2013.

HONORA, M.; FRIZANCO, M. L. E. **Livro ilustrado de Língua Brasileira de Sinais: desvendando a comunicação usada pelas pessoas com surdez**. São Paulo: Ciranda Cultural, 2009.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.

LAGES, S. R. C.; MARTINS, R. TURISMO INCLUSIVO: a importância da capacitação do profissional de turismo para o atendimento ao deficiente auditivo. **Estação Científica**. Juiz de Fora, n. 03, out. 2006. Disponível em: <portal.estacio.br/media/4380/7-turismo-inclusivo-importancia-capacitacaoprofissional-turismo-atendimento-deficiente-auditivo.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018.

MARCELINO, F. B. **Acessibilidade comunicacional em ambientes culturais: uma barreira a ser superada**. 2013. 71 f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social) – Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <llume.ufrgs.br/handle/10183/88900>. Acesso em: 30 abr. 2019.

MARUJO, N. Comunicação, Destinos Turísticos e Formação Superior. In: **A Comunicação no Turismo**. Lisboa: Portugal: Destino a Comunicar. p. 74-88. 2011. Disponível em: <www.researchgate.net/publication/237064139_Comunicacao_Destinos_Turisticos_e_Formacao_Superior>. Acesso em: 25 abr. 2019

MENEGHEL, L. M; TOMAZZONI, E. L. A Comunicação e a Integração dos Atores do Turismo Regional: o caso do observatório de turismo e cultura da serra gaúcha (OBSERVATUR). **Revista Turismo Visão e Ação**. Balneário Camboriú, v. 14, n.2, p. 246 –260, mai. 2012. Disponível em: <siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/2777/2352>. Acesso em: 25 out. 2018.

OLIVEIRA, H. V. A prática do turismo como fator de inclusão social. **Revista de Ciências Gerenciais**, Minas Gerais, v.12, n.16, p. 91-103, 2008. Disponível em: <pgsskroton.com.br/seer/index.php/rcger/article/download/2644/2514>. Acesso em: 17 mar. 2019.

PORTAL BRASIL. **Apesar de avanços, surdos ainda enfrentam barreiras de acessibilidade – Governo do Brasil**, 2018. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2016/09/apesar-de-avancos-surdos-ainda-enfrentam-barreiras-de- acessibilidade /@ @nitf_custom_galleria>. Acesso em: 25 fev 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: < http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2019.

RIBEIRO, K. C. C. **Meios de hospedagem**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011. Disponível em: <http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SASSAKI, R. K. Inclusão: Acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, São Paulo, n.7, p. 10-16, abr. 2009. Disponível em: <acessibilidade.ufg.br/up/211/o/SASSAKI_-_Acessibilidade.pdf?1473203319>. Acesso em: 25 out. 2018.

SILVA, M. Acessibilidade em Turismo: a acessibilidade dos surdos aos serviços Turísticos em Goiânia – GO. **Turismo em Análise**. Goiânia, v. 24, n.2, ago. 2013. Disponível em: <www.revistas.usp.br/rta/article/view/64186>. Acesso em: 05 set. 2018.

SOARES, M. H. et. al. A Inclusão do Surdo nos Espaços Turísticos de Florianópolis. **Revista Virtual de Cultura Surda**. Petrópolis, ed.11, jun. 2013. Disponível em: <[editora-araraazul.com.br/site/admin/ckfinder/userfiles/files/8\)%20Paterno%20%26%20Cia%20REVISTA%2011.pdf](http://editora-araraazul.com.br/site/admin/ckfinder/userfiles/files/8)%20Paterno%20%26%20Cia%20REVISTA%2011.pdf)>. Acesso em: 15 set. 2018

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**. 2010.

SKILIAR, C. **A surdez: um olhar sobre as diferenças**. Porto Alegre: Mediação, 2013.

TAVARES, F. Barreiras atitudinais e a recepção da pessoa com deficiência. In: TAVARES, Lilliana Barros. **Notas Proêmias –Acessibilidade Comunicacional para Produções Culturais**. Pernambuco: CEPE, 2013. Disponível em: http://www.cultura.pe.gov.br/wp-content/uploads/2016/12/Livro_Acessibilidade_Cap2.pdf. Acesso em: 30 nov.2019.

TEMPO DE GESTÃO. Disponível em: <<https://www.temposdegestao.com/conceito-de/conceito-de-turismo>>. Acesso em: 12 out. 2018.

WICHELS, S. **Comunicação turística: desafios e tendências na contemporaneidade. Estudo de caso: Tenerife**. 141 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Jornalismo) – Departamento de Filosofia, Informação e Comunicação, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2014. Disponível em: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/26209>>. Acesso em: 16 mar. 2019.

ZAJADACZ, A. Sources of tourist information used by Deaf people. Case study: the Polish Deaf community. **Current Issues in Tourism**, Polônia, v.17, n.5, p.434-454, 2014. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2012.725713>>. Acesso em 15 jun. 2019.

APÊNDICE 1
QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AO PÚBLICO SURDO

- 1- Qual a sua idade?
 - A) 18-24
 - B) 25-39
 - C) 40-59
 - D) Mais de 60

- 2- Qual o seu gênero?
 - A) Feminino
 - B) Masculino

- 3- Como classifica o grau ou condição da sua deficiência auditiva?
 - A) Deficiência auditiva leve/ligeira
 - B) Deficiência auditiva média/moderada
 - C) Deficiência auditiva grave/severa
 - D) Deficiência auditiva profunda
 - E) Não sei

- 4- Como você classifica a sua habilidade com a língua portuguesa escrita?
 - A) Péssimo
 - B) Ruim
 - C) Regular
 - D) Bom
 - E) Ótimo

- 5- Com que frequência você viaja?
 - A) Nunca viajei
 - B) Menos de 1 vez por ano
 - C) 1 vez por ano
 - D) 2 vezes ao ano
 - E) 3 ou mais vezes por ano

6- Qual meio de hospedagem você costuma utilizar?

- A) Hotel ou Resort
- B) AirBnb
- C) Pousada
- D) Hostel ou Albergue
- E) Casa de amigos/Familiares
- F) Alojamentos comunitários (Igrejas, ONGs, associações)
- G) Outros

7- Você costuma viajar geralmente como?

- A) Sozinho
- B) Com o companheiro (a)
- C) Com amigos
- D) Com família
- E) Grupo de excursão
- F) Grupo de Associação de surdos

8- Em suas viagens como você classificaria o atendimento da recepção?

- A) Péssimo
- B) Ruim
- C) Regular
- D) Bom
- E) Ótimo

9- Enquanto aos outros atendimentos dentro do meio de hospedagem, como você classifica?

- A) Péssimo
- B) Ruim
- C) Regular
- D) Bom
- E) Ótimo

10- Esse atendimento foi em Libras?

- A) Nunca
- B) Raramente
- C) Ocasionalmente
- D) Frequentemente
- E) Sempre

11- Você sente a necessidade de viajar com alguém que faça a tradução e/ou comunicação?

- A) Nunca
- B) Raramente
- C) Ocasionalmente
- D) Frequentemente
- E) Sempre

12- Você sente a necessidade de ter um atendimento em Libras nos meios de hospedagem?

- A) Nunca
- B) Raramente
- C) Ocasionalmente
- D) Frequentemente
- E) Sempre

13- Você considera que o atendimento em Libras é um fator importante de influência para sua experiência turística?

- A) Nunca
- B) Raramente
- C) Ocasionalmente
- D) Frequentemente
- E) Sempre

14- Você voltaria no meio de hospedagem por ter um bom atendimento em Libras?

- A) Nunca
- B) Raramente
- C) Ocasionalmente
- D) Frequentemente
- E) Sempre

15- Você já viajou para o município de Curitiba?

- A) Sim
- B) Não

16- Se sim, qual meio de hospedagem você utilizou em Curitiba?

- A) Hotel ou Resort
- B) AirBnb
- C) Pousada
- D) Hostel ou Albergue
- E) Casa de amigos/Familiares
- F) Alojamentos comunitários (Igrejas, ONGs, associações)
- G) Outros

17- Se você se hospedou em um hotel em Curitiba, como você classificaria seu atendimento?

- A) Péssimo
- B) Ruim
- C) Regular
- D) Bom
- E) Ótimo

18- Quantas vezes esse atendimento foi realizado em Libras?

- A) Nunca
- B) Raramente
- C) Ocasionalmente

- D) Frequentemente
- E) Sempre

APÊNDICE 2

ROTEIRO DE ENTREVISTAS HOTÉIS

Esta pesquisa está sendo desenvolvida pela estudante pesquisadora Isabele de Souza Carvalho, sob a orientação do Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim, do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral, com finalidade exclusivamente acadêmica. O estudo tem como objetivo analisar a capacitação dos profissionais na área do Turismo atuantes na rede hoteleira, quanto ao uso da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) no atendimento aos turistas surdos. Será garantida a preservação do anonimato dos respondentes.

- 1- Qual a sua formação?
- 2- Qual o seu cargo?
- 3- Há quanto tempo você trabalha na área?
- 4- Há quanto tempo você trabalha nesta empresa?
- 5- Na plataforma Booking, este hotel aparece como hospedagem que oferece comodidades que garantem a acessibilidade através de ferramentas como sinais visuais e táteis. Você poderia nos descrever um pouco mais tais comodidades? Em quais setores?
- 6- Você considera que a comunicação efetiva é um fator fundamental para um bom atendimento?
- 7- Você já recebeu algum treinamento, no que se refere ao atendimento a pessoas surdas e/ou acessibilidade?
Caso sua resposta à questão anterior seja sim, onde e como foi este treinamento?
- 8- Você conhece ou está familiarizado com a Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS?
- 9- Atuando neste hotel, em algum momento você presenciou/participou do atendimento a um hóspede surdo?
- 10- Ele estava com tradutor e/ou algum familiar que fizesse a intermediação da comunicação?
Caso sua resposta à questão anterior seja sim, como foi o atendimento? Você percebeu dificuldades relacionadas à comunicação?

11-Você considera que o atendimento em Libras é um fator importante na experiência do turista surdo? Por quê?

12-Você considera a capacitação em LIBRAS pode ser um diferencial importante para o profissional atuante na área do turismo? Por quê?

APÊNDICE 3 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor Litoral



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O estudo "A COMUNICAÇÃO COM O TURISTA SURDO: PREPARO DOS PROFISSIONAIS DA HOTELARIA EM LINGUAGEM BRASILEIRA DE SINAIS, UMA QUESTÃO DE ACESSIBILIDADE" se trata de uma pesquisa que está sendo desenvolvida pela estudante *Isabele de Souza Carvalho*, sob a orientação do Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim, do Setor Litoral da Universidade Federal do Paraná – UFPR. O objetivo principal consiste em: analisar a capacitação dos profissionais na área do Turismo atuantes na rede hoteleira, quanto ao uso da Linguagem Brasileira de Sinais (LIBRAS) no atendimento aos turistas surdos. As informações obtidas serão prestadas voluntariamente e os informantes terão sua identidade preservada. No caso de entrevistas cuja natureza demande a identificação do respondente, essa será precedida de uma autorização formal do mesmo para publicação de seu nome ou denominação de organizações ou empreendimentos sob sua responsabilidade. O informante poderá recusar-se a responder qualquer pergunta que ocasione constrangimento ou não lhe pareça apropriada. O presente termo também autoriza a reprodução e publicação, mediante indicação de fonte, de fotografias, imagens e outros documentos do acervo do respondente que eventualmente sejam disponibilizados aos pesquisadores. Não há despesas pessoais para o respondente e também não há compensação financeira relacionada à sua participação. Se existir qualquer despesa adicional, será absorvida pelo orçamento da pesquisa. Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato com o Pesquisador Responsável. O presente termo está sendo elaborado em duas vias sendo que uma ficará com o sujeito da pesquisa e a outra com os pesquisadores responsáveis pela mesma.

Acredito ter sido suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o referido estudo. Eu discuti com a estudante pesquisadora sobre a minha decisão em participar nesse estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades ou prejuízos de qualquer espécie.

Assinatura do Respondente

Data ____/____/____

(Somente para o responsável do projeto)

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste informante ou representante legal para a participação neste estudo.

Assinatura do Responsável pelo Estudo

Data ____/____/____